



**VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ**

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



**FAKULTA PODNIKATELSKÁ  
ÚSTAV FINANCÍ**

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT  
INSTITUTE OF FINANCES

## **NÁVRH PODNIKATELSKÉHO PLÁNU V OBLASTI ÚČETNICTVÍ**

THE PROPOSAL OF BUSINESS PLAN IN ACCOUNTANCY

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

BACHELOR'S THESIS

**AUTOR PRÁCE**

AUTHOR

**ANNA TVRZNÍKOVÁ**

**VEDOUCÍ PRÁCE**

SUPERVISOR

**Ing. VLADIMÍRA KUČEROVÁ, Ph.D.**

BRNO 2014

# **ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

**Tvrzníková Anna**

---

Účetnictví a daně (6202R049)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů zadává bakalářskou práci s názvem:

**Návrh podnikatelského plánu v oblasti účetnictví**

v anglickém jazyce:

**The Proposal of Business Plan in Accountancy**

Pokyny pro vypracování:

Úvod

Teoretická východiska práce

Analýza problému

Vlastní návrh řešení

Závěr

Seznam použité literatury

Přílohy

Seznam odborné literatury:

FOTR, J. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.

KEŘKOVSKÝ, M. a O. VYKYPĚL. Strategické řízení: teorie pro praxi. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2006. 206 s. ISBN 80-7179-453-8.

KORÁB, V., J. PETERKA. a M. REŽŇÁKOVÁ. Podnikatelský plán. 1.vyd. Brno: Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.

SRPOVÁ, J. Podnikatelský plán a strategie. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011. 194 s. ISBN 978-80-247-4103-1.

SRPOVÁ, J. a J. VEBER. Podnikání malé a střední firmy. 3. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. 332 s. ISBN 978-80-247-4520-6.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Vladimíra Kučerová, Ph.D.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2013/2014.

L.S.

---

prof. Ing. Mária Režňáková, CSc.  
Ředitel ústavu

---

doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D.  
Děkan fakulty

V Brně, dne 28.05.2014

## **ABSTRAKT**

Bakalářská práce je návrhem pro vznik živnosti v oblasti účetnictví. Konkrétně je zaměřena na poskytování účetních služeb jako vedení účetnictví, vedení daňové evidence a poskytování účetního poradenství, pro malé a střední firmy v regionu Vyškov. Práce je rozdělena do tří stěžejních částí, teoretické, analytické a návrhové. Teoretická část specifikuje důležité poznatky potřebné k založení živnosti a sestavení podnikatelského plánu. Samotný návrh podnikatelského plánu vychází z analýz cílového trhu, na který chce nový subjekt vstoupit, obecných podmínek pro podnikání v ČR, a reaguje na zjištěné potřeby zákazníků v této oblasti.

## **ABSTRACT**

The bachelor thesis is a proposal for the development of trade in accounting. Specifically, it is focused on providing accounting services such as bookkeeping, tax records and providing financial advice for small and medium businesses in the region of a high rise. The work is divided into three main parts, theoretical, analytical and design. The theoretical section specifies the essential knowledge required for setting up a trade and build a business plan. The actual draft business plan based on an analysis of the target market you want to enter a new entity, general business conditions in the Czech Republic, and responds to the identified needs of customers in this area.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

podnikatelský plán, živnost, vedení účetnictví, společensky účelné pracovního místo, SWOT analýza, marketingový mix

## **KEYWORDS**

business plan, business, socially useful jobs, SWOT analysis, marketing mix

## **Bibliografická citace bakalářské práce**

TVRZNÍKOVÁ, A. *Návrh podnikatelského plánu v oblasti účetnictví*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2014, 82 s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Vladimíra Kučerová, Ph.D.

## **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracovala jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušila autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 SB., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Drysicích dne 24. května 2014

.....

podpis studenta

## **Poděkování**

Chtěla bych poděkovat své vedoucí bakalářské práce Ing. Vladimíře Kučerové, Ph.D., za odborné vedení a ochotu, kterou mi v průběhu zpracování bakalářské práce věnovala. Dále bych ráda poděkovala účetní paní Marii Konečné a Ing. Mileně Burešové za odborné rady a čas, který mi věnovaly.

## Obsah

ÚVOD .....	10
1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE .....	12
1.1 Podnikatelský plán .....	12
1.1.1 Faktory podnikatelského plánu.....	12
1.1.2 „Osnova“ podnikatelského plánu .....	13
1.2 Živnostenské podnikání .....	14
1.2.1 Podmínky provozování živnosti .....	15
1.2.2 Živnostenské oprávnění .....	15
1.2.3 Živnostenský rejstřík .....	15
1.2.4 Druhy živností .....	16
1.2.5 Vznik a zánik živnosti .....	17
1.2.6 Registrační povinnosti při založení živnosti – založení OSVČ.....	18
1.2.7 Osoba samostatně výdělečně činná (OSVČ) .....	20
1.3 Marketingová situační analýza.....	21
1.3.1 PEST analýza.....	22
1.3.2 SWOT analýza.....	23
1.3.3 Marketingový mix .....	24
1.3.4 Porterova analýza pěti sil.....	28
1.4 Příspěvek od úřadu práce .....	30
1.5 Analýza rizik .....	33
2 ANALÝZA PROBLÉMU .....	35
2.1 Zákazník.....	35
2.2 Charakteristika oboru a trhu.....	36
2.3 PEST analýza .....	37
2.3.1 Sociální faktory .....	38
2.3.2 Ekonomické faktory .....	41
2.3.3 Politické faktory .....	44
2.3.4 Legislativní faktory .....	44
2.3.5 Technické a technologické faktory .....	46



2.4	Porterova analýza pěti sil .....	47
2.4.1	Síla dodavatelů .....	47
2.4.2	Síla odběratelů .....	47
2.4.3	Substituty .....	48
2.4.4	Hrozba vstupu potenciální konkurence .....	48
2.4.5	Stávající konkurence.....	48
2.5	SWOT analýza .....	49
3	VLASTNÍ NÁVRH ŘEŠENÍ.....	51
3.1	Základní údaje o podnikatelském subjektu .....	51
3.2	Marketingový mix.....	52
3.2.1	Popis služeb .....	52
3.2.2	Cena služeb.....	53
3.2.3	Propagace.....	54
3.2.4	Distribuce .....	56
3.3	Obchodní plán.....	56
3.4	Rizika podnikání .....	57
3.5	Finanční plán.....	60
3.5.1	Předpokládané náklady.....	60
3.5.2	Předpokládané tržby .....	64
3.5.3	Shrnutí finančního plánu .....	67
	ZÁVĚR .....	72
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....	73
	SEZNAM TABULEK, GRAFŮ, OBRÁZKŮ .....	80
	SEZNAM PŘÍLOH.....	82

## ÚVOD

Mnoho lidí si pohrává s myšlenkou „být svým vlastním pánem“ a zároveň dělat to, co ho baví a naplňuje. To je hlavní důvod, proč se mnozí odhodlají založit si podnik nebo živnost. Aby člověk začal podnikat, je potřebné mít odvalu, protože neví, jak se mu bude v podnikání dařit, a vytrvalost, protože během podnikání nastanou mnohdy velmi těžké chvíle, často způsobené vlastními chybami a to nejen v začátcích podnikání. Důležité je ponaučit se z chyb vlastních i cizích. Není nutné mít vysoké IQ, stačí být jen otevřený a logicky uvažovat nad tím, co dělám.

Už od malička mě baví hrát si s čísly a třídění všeho, v čem má být nějaký systém. Na nástavbovém studiu jsem měla to štěstí objevit svět účetnictví, který jsem si díky vyučovacím metodám a přístupu mé profesorky zamilovala. V budoucnosti bych se mu chtěla věnovat. Vím, že je to těžký obor, a který vyžaduje praxi a neustálé vzdělávání, neboť se, při vykonávání této živnosti, řídíme zákony, které se každým rokem o něco málo mění. Jsem připravena to ale zkusit, abych toho nelitovala.

Proto cílem této bakalářské práce je vytvořit návrh podnikatelského plánu pro založení živnosti v účetní oblasti. Vypracování podnikatelského plánu je přínosné pro každého podnikatele. Na jeho základě si podnikatel přesněji ujasní své cíle a cestu, k jejich dosažení. Také objeví případná rizika, která se týkají právě jeho podnikání. Identifikací takovýchto rizik a jejich zhodnocení, mu pomohou k opatřením, kterými těmto rizikům předejde, nebo alespoň minimalizuje škody.

Podnikatelský plán bude využit i jako podklad k žádosti o finanční příspěvek od Úřadu práce v rámci programu vytvoření společensky účelné pracovního místa, který je poskytován v začátcích podnikání a při splnění podmínek se stává nevratným. Proto jsou v návrhu zohledněny požadavky kladené Úřadem práce, na náležitosti podnikatelského plánu a potenciálně získané prostředky jsou zahrnuty do finančního plánu.

Abych mohla vytvořit podnikatelský plán, potřebuji znát informace o situaci na českém trhu. Týká se to informací v oblasti ekonomie, politiky, legislativy, konkurence, příležitostí, hrozeb a dalších. Pro analýzu těchto faktorů byly využity analýzy SLEPT,

SWOT a Porterovy analýzy pěti sil. Dalším dílčím cílem je stanovení cílové skupiny zákazníků a jejich množství, které zajistí zisk mého podnikání. Proto je důležité stanovení obchodního plánu (strategie) a marketingového mixu tak, abych nabídla klientům i něco, co konkurenci chybí, a tím si získala klientelu, která již existuje na trhu, případně nově vzniklou.

Důležitým dílčím cílem je i shrnutí a zhodnocení rentability navrhovaného plánu, včetně analýzy rizik a potenciálu jeho úspěšnosti v konkurenčním prostředí.

# 1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE

V této části bych ráda objasnila pojmy a teorii, které jsou potřebné k vytvoření mé práce.

## 1.1 Podnikatelský plán

Jedná se o písemný strukturovaný dokument, který si sám podnikatel vypracuje, kde na sebe musí logicky a věcně navazovat důležité oblasti, které s vytvořením nového podniku souvisí. Plán je něco jako osnova pro podnikatele, která mu stanoví, jaké kroky musí udělat pro dobrý start [1].

Při vytváření podnikatelského plánu, si podnikatel ujasní své představy a cíle, kterých by rád dosáhl, stejně tak i principy a strategii, které jsou k tomu potřebné. Plán bývá výhradně zpracován (a dle toho, pro koho je určen, může být uzpůsoben i obsah) pro samotnou potřebu podnikatele, pro banku (od které si chceme půjčit úvěr), partnera nebo investora. Nejde o pevně stanovený dokument, jeho zpracování se musí dodatečně přizpůsobit danému dění na trhu [1].

### 1.1.1 Faktory podnikatelského plánu

Podnikatelský plán by měl odpovědět na 3 důležité otázky, které na sebe vážou určité faktory [2].

Faktor „současný stav“ [2]:

- popis podniku – právní forma, organizační struktura,
- hlavní pracovníci – zaměstnanci na vyšších pozicích, jejich kvalifikace a jak bude podnik řízen,
- prostředí, ve kterém podnikám (viz. 1.3.1 „PEST analýza“) [2].

Faktor „čeho chceme dosáhnout“ – jde zde hlavně o cíle a strategii podniku. Podnikatel si stanoví, čeho chce dosáhnout a také jakou cestou se vydá pro dosažení tohoto cíle [2].

Faktor „jak toho chceme dosáhnout“ – je potřebné vypracovat [2]:

- finanční plán s finanční analýzou,
- řízení zdrojů (lidské, materiálové a finanční),
- marketingový plán [2].

### **1.1.2 „Osnova“ podnikatelského plánu**

Neexistuje pevně stanovená osnova podnikatelského plánu, pouze doporučení, kterými je dobré se řídit. Určitě by ale takovýto plán měl obsahovat [3]:

- titulní stranu - by měla obsahovat obchodní název, sídlo, název podnikatelského plánu, autor, zakladatel, datum založení, apod.,
- obsah - zjednoduší se vyhledávání informací pro osoby, které si tento plán prohlíží a hledají informace, která je hlavně zajímaví,
- hlavní myšlenka projektu - v nějakém jakoby „úvodu“,
- časový harmonogram – rozplánování, co, odkdy, dokdy, by mělo být splněno, vyřízeno, ...,
- shrnutí – vypracujeme až nakonec. Zde přiblížíme, co je podrobněji napsáno v podnikatelském plánu. Stačí, když tzv. „nadpisy“ dáme do podoby bodů,
- popis příležitosti – je důležité popsat:
  - vlastnosti námi nabízené služby či výrobku. V případě, že nabízíme službu, uvedeme, co je jejím základem a jak funguje, jak ji budeme poskytovat a co je k tomu potřebné,
  - v čem je náš výrobek či služba lepší oproti konkurenci, zda poskytujeme něco navíc,
  - jak svou službou či výrobkem oslovit zákazníka, popis zákazníka,
- cíle – ty by měly být stanoveny jako výhled na dobu pěti let, kde první dva roky by měly být rozepsány podrobněji,
- konkurence – je potřeba si určit firmy, které jsou nebo by mohly být případnými konkurenty. Poté je potřeba je srovnat v následujících oblastech: obratu, růstu, poskytovaných služeb a výrobků, postavení na

trhu, dostupnost, cena, zákazníci, a další. Dle těchto kritérií zjistíme konkurenční výhody těchto firem,

- marketingová strategie:
  - trh – na jaký trh chceme vstoupit a zda se tam dokážeme uplatnit. Musíme uvést informace o trhu celkovém a cílovém, ale charakterizujeme hlavně trh cílový. Provedeme segmentaci trhu dle: požadavků na cenu, obory, regiony, atd. Po segmentaci, si vybereme takový segment, který pro nás bude nejlepší, čili který nám zaručí, že podnik bude prosperovat,
  - marketingový mix (viz. 1.3.3, „Marketingový mix“),
- finanční plán – měl by obsahovat: plán nákladů a výdajů, výnosů a příjmů, zisku, plánovaná rozvaha, financování, finanční analýza, bod zvratu. Je dobré mít finanční analýzu ve více variantách a to realistickou, pesimistickou, optimistickou,
- úspěšnost a rizika projektu – zde využijeme SWOT analýzu (viz. 1.3.2 „SWOT analýza“) a analýzu rizik (viz. 1.5 „Analýza rizik“),
- přílohy [3].

## 1.2 Živnostenské podnikání

Formu živnosti mají obvykle podniky jednotlivce. Výhodou je minimální kapitál, minimální regulace státem, ale nevýhodou zase neomezené ručení za závazky z podnikatelské činnosti. Toto podnikání se řídí zákonem č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon) [4].

Podnikatelem je právnická nebo fyzická osoba, která nabyla živnostenské oprávnění podle živnostenského zákona [4].

Živnost definuje živnostenský zákoník jako „Živnost je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.“ [5].

### 1.2.1 Podmínky provozování živnosti

Živnost může provozovat osoba fyzická i právnická, pokud mají na území České republiky, fyzická osoba své bydliště a právnická osoba své sídlo. Musí také splnit podmínky všeobecné a zvláštní [6].

Všeobecné podmínky u právnické osoby musí splňovat její statutární orgán, u fyzické osoby je to ta osoba sama [6].

Těmito podmínkami podle živnostenského zákona jsou [7]:

- *dosažení věku 18 let,*
- *způsobilost k právním úkonům,*
- *bezúhonnost* [7].

Zvláštní podmínkou je myšlena odborná či jiná způsobilost, závisující dle druhu živnosti (potřebnou způsobilost můžeme najít v příloze již zmíněného zákona) [6].

### 1.2.2 Živnostenské oprávnění

Osoba, která provozuje živnost, se musí prokázat živnostenským oprávněním, neboli výpisem ze živnostenského rejstříku. Toto oprávnění vydává ten živnostenský úřad, který je místně příslušný dle sídla u právnické osoby nebo bydliště fyzické osoby. Oprávnění nelze převést na jinou osobu. Abychom získali živnostenské oprávnění, je potřeba vědět [6]:

- zda činnost, kterou chceme provozovat, má znaky živnosti,
- zda splňujeme všeobecné a zvláštní podmínky (viz. 1.2.1 „Podmínky provozování živnosti“),
- o jaký druh živnosti se jedná (viz. 1.2.4 „Druhy živností“) [6].

### 1.2.3 Živnostenský rejstřík

Živnostenský úřad vede „živnostenský rejstřík“. Je to veřejný seznam vedený v elektronické podobě, ve kterém jsou evidovány FO a PO podnikající v České republice. V rejstříku se evidují i skutečnosti související s provozováním živnosti (vznik, přerušení či pozastavení provozování živnosti, informace o konkurzu či likvidaci podniku) [8].

### 1.2.4 Druhy živností

Živnosti dělíme na základě odborné způsobilosti [9]:

- ohlašovací – živnost vzniká dnem, kdy ji podnikatel ohlásí živnostenskému úřadu. Ten žadateli do 15 dnů ode dne ohlášení vydá živnostenské oprávnění. Aby mohl toto oprávnění získat, musí kromě všeobecných podmínek splnit i zvláštní, kterými jsou:
  - řemeslná – je potřebná odborná způsobilost, kterou prokážeme dokladem o ukončení potřebného vzdělání, rekvalifikaci nebo o praxi v oboru. Jedná se o živnosti v příloze č. 1, zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání,
  - vázaná – odborná způsobilost stanovená v příloze č. 2, zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání,
  - volná – nevyžaduje se prokazování odborné, či jiné způsobilosti, stačí pouze všeobecné podmínky k provozování živnosti a doklad o tom, že nemá nedoplatky daňové, na platbách na příspěvku na státní politiku státu a platbách pojistného na sociální zabezpečení. Živnosti uvedené v příloze č. 4, zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání,
- koncesovanou – tuto živnost lze provozovat pouze na základě koncesní listiny, kterou žadateli vydá, do 15 dnů od nabytí právní moci rozhodnutí o udělení koncese, živnostenský úřad. U tohoto typu živnosti jsou kladeny vysoké nároky na odbornou a morální způsobilost. Živnosti uvedené v příloze č. 3, zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání [9].

Živnosti rozdělené na základě předmětu podnikání [6]:

- obchodní:
  - prodej (maloobchod a velkoobchod) a jestliže podnik koupí zboží, které bude dále prodávat,
  - provozování čerpacích stanic (s palivy a mazivy),
  - dražby mimo výkon rozhodnutí,

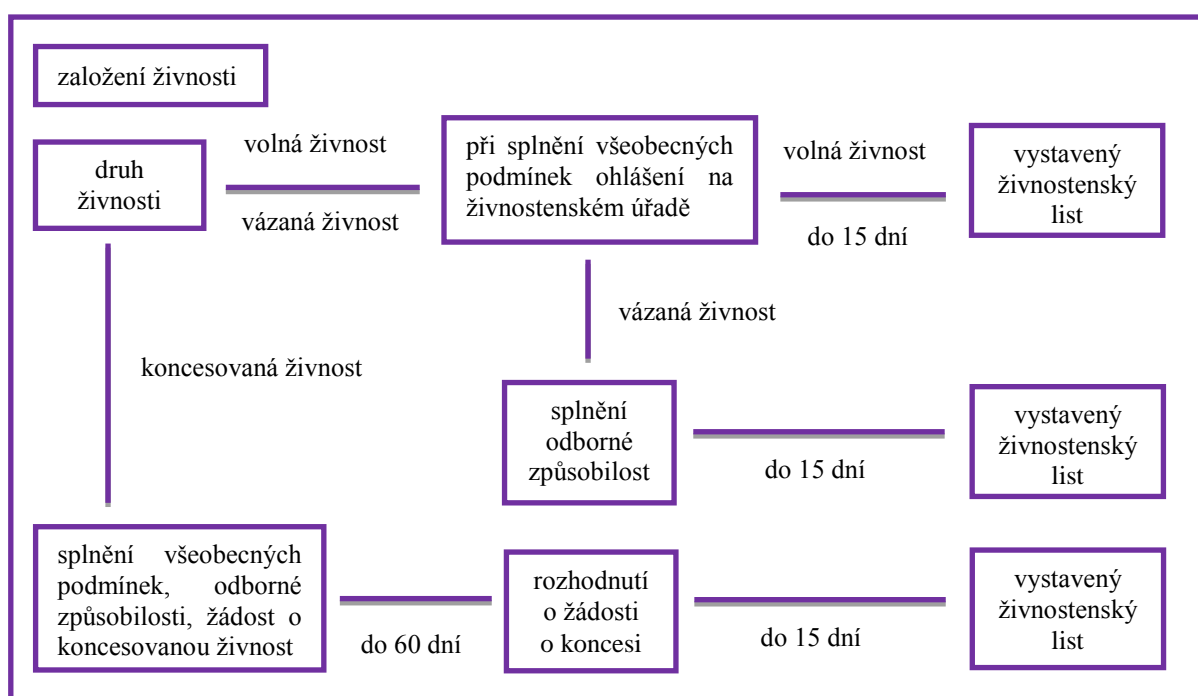


- výrobní – nejsou vymezeny zákonem,
- poskytující služby – rozumí se jím např. přeprava osob a zboží, hostinská činnost, provozování zastaváren, poskytování oprav a údržby věcí a další výkony a práce k uspokojení potřeb zákazníků [6].

### 1.2.5 Vznik a zánik živnosti

Živnost se zakládá [6]:

- u ohlašovacích živností - dnem ohlášení,
- u koncesovaných živností - dnem nabytí právní moci rozhodnutí o udělení koncese [6].



Obrázek 1: Postup při založení živnosti (vlastní zpracování dle [10])

Živnostenské oprávnění zaniká [6]:

- smrtí podnikatele,
- zánikem právnické osoby,
- uplynutím doby - pokud bylo oprávnění na dobu určitou,
- výmazem zahraniční osoby z obchodního rejstříku,
- stanoví-li tak zvláštní právní předpis,
- rozhodnutím živnostenského úřadu,
- pokud o to podnikatel požádá [6].

Živnostenský úřad je oprávněn pozastavit výkon živnosti, jeli zjištěno porušení podmínek provozování živnosti, nesmí to být ale na dobu delší než 1 rok. Výkon živnosti může také přerušit a to na základě žádosti samotného podnikatele (na libovolnou dobu). Zrušení živnosti Živnostenským úřadem je možné na základě žádosti podnikatele, nebo rozhodnutí samotného úřadu v případě porušení podmínek [6].

#### **1.2.6 Registrační povinnosti při založení živnosti – založení OSVČ**

Každý začínající podnikatel má ze zákona povinnost registrovat se na úřadech. Jedná se o registraci na finančním úřadě (správce daně), zdravotní pojišťovně a okresní správě sociálního zabezpečení. Pokud se podnikatel nezaregistruje pomocí systému CRM, má povinnost se registrovat sám jednotlivě u těchto institucí [11]:

- finanční úřad,
- zdravotní pojišťovna,
- správa sociálního zajištění [11].

Od roku 2006 jsou živnostenské úřady označeny za „centrální registrační místa“ a podnikatel vyplní pouze jeden formulář, tzv. „jednotný registrační formulář“ k zaregistrování k příslušnému daňovému úřadu, úřadu práce, zdravotní pojišťovně a správě sociálního zabezpečení najednou [12].

#### **Finanční úřad**

Registrační povinnost vychází ze zákona č. 337/1992 Sb., o správě daní a poplatků. Podle ní se musí osoba samostatně výdělečně činná (OSVČ) i ostatní podnikatelé, registrovat u místně příslušného správce daně (finančního úřadu). Lhůta 30 dnů začíná

běžet následující den po dni, kdy nabyde právní účinnost povolení či oprávnění k podnikatelské činnosti [11].

Ten, kdo podniká na základě živnostenského oprávnění, tuto povinnost splní i tím, že podá oznámení nebo přihlášku na živnostenský úřad. Dále je povinen finančnímu úřadu oznámit zřízení a umístění stálé provozovny na území České republiky. Podnikatel je jako plátce daně, povinen podat přihlášku k registraci u správce daně do 15 - ti dnů ode dne, kdy mu vznikla povinnost srážet daň nebo zálohu na daň [11].

### **Zdravotní pojišťovna**

Povinnost se registrovat, je stanovena zákonem č. 48/1997 Sb., o veřejném zdravotním pojištění. Na základě tohoto zákona, je OSVČ povinna oznámit zahájení a ukončení své činnosti příslušné zdravotní pojišťovně a to do 8 dnů od zahájení nebo ukončení činnosti. Nebo kdy se stala osobou bez zdanitelných příjmů. I tato povinnost je splněna, jestliže podnikatel učiní oznámení příslušnému živnostenskému úřadu [11].

Den zahájení u OSVČ, je den, kdy tato osoba začne skutečně vykonávat svoji činnost (např. uzavření smlouvy, fakturace, objednávka, ...) [11].

### **Sociální pojištění**

Povinnost na základě zákona č. 589/1992 Sb., o pojistném na sociálním zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti [11].

Tento zákon uděluje OSVČ povinnost oznámit den [11]:

- zahájení či znovuzahájení své činnosti,
- ukončení své činnosti,
- kdy jí zaniklo oprávnění provádět samostatnou výdělečnou činnost [11].

Sociální pojištění zahrnuje důchodové pojištění, příspěvek na státní politiku zaměstnanosti a nemocenské pojištění. OSVČ, která svou činnost nevykonává soustavně, není povinna platit sociální pojištění [11].

Registraci je potřeba provést do osmého dne následujícího měsíce po měsíci, kdy bylo toto podnikání zahájeno, a to na Okresní správě sociálního zabezpečení [11].

Výše ceny správních poplatků při ohlášení živnosti (vázané) na Živnostenském úřadě se nachází v návrhové části (viz. 3.5.1 „Náklady“).

### **1.2.7 Osoba samostatně výdělečně činná (OSVČ)**

Jako právní formu podnikání jsem si zvolila OSVČ (osoba samostatně výdělečně činná). Tato forma podnikání má své výhody, ale i své nevýhody.

Mezi hlavní výhody OSVČ patří [13]:

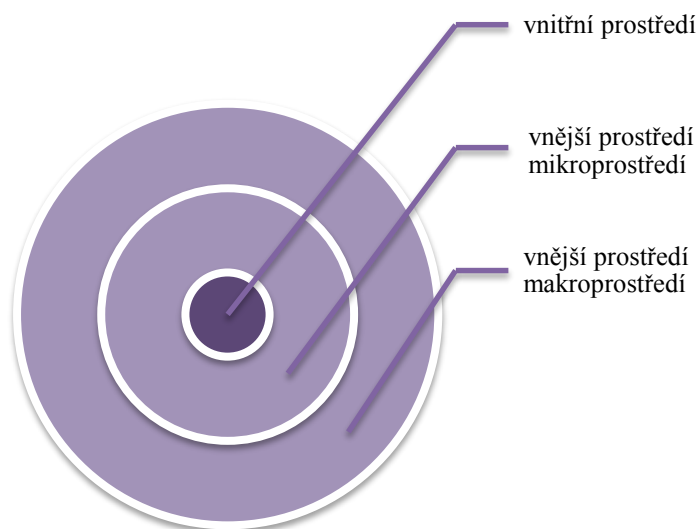
- vykonávání práce, která podnikatele baví a o to víc má snahu, se ve svém podnikání zdokonalovat,
- svoboda a rychlost v rozhodování o svém podnikání, neboť podnikatel není závislý na názoru jiné osoby a také se může svobodně rozhodnout o náplni svého pracovního dne,
- realizace nových nápadů, která je podstatná pro boj s konkurencí,
- možnost využití paušálních výdajů [13],
- nízké finanční výdaje při založení živnosti, stačí pouze zaplacení správních poplatků a není potřeba mít základní kapitál, jako je to některých právnických osob [14].

Nevýhodu této formy podnikání, je vysoké podnikatelské riziko, neboť podnikatel ručí za podnikatelské závazky celým svým majetkem. Týká se to závazků jak soukromoprávní povahy (obchodní, úvěrové, atd.), tak i povahy veřejnoprávní (daně, pojistné, atd.). Dále pak poměrně vysoké odvodové zatížení na zdravotní a sociální pojištění, zejména v případě nízkých příjmů [14].

Za nevýhodu je také možné považovat to, že fyzická osoba musí podle zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, podnikat pod svým jménem a příjmením [14].

### 1.3 Marketingová situační analýza

Jde o analýzu prostředí firmy. Marketingové prostředí je prostředí firmy, které zahrnuje záporné i kladné faktory z prostředí, ve kterém se nachází a ty mají vliv na její současný a budoucí vývoj podniku [15].



**Obrázek 2: Prostředí firmy (vlastní zpracování dle [15])**

Marketingové prostředí se člení na [15]:

- vnější prostředí – obsahuje vlivy, které působí různou silou na všechny účastníky na trhu [15]:
  - makroprostředí - síly ovlivňující každého na trhu (viz. 1.3.1 „PEST analýza“). Při analýze podniku se využívá analýzy PEST [16],
  - mikroprostředí - nejbližší síly ovlivňující mikrookolí podniku (konkurence, zákazníci, dodavatelé, ...). Je potřebné analyzovat odvětví, ve kterém firma podniká (velikost tohoto trhu, struktura (hodně malých podniků či pár silných podniků)). Zde využíváme analýzu SWOT, Porterovu analýzu a analýzu marketingového mixu [15],
- vnitřní prostředí – obsahuje faktory, které se nachází v podniku (vnitřní zdroje - zaměstnanci, management) [15].

### 1.3.1 PEST analýza

Používá několik obměn svého názvu [17]:

- PEST,
- SLEPT [17].

V poslední době, přibilo písmeno „E“ jako „životní prostředí“. Také se přidává další „E“ jako „vzdělání“ a „D“ jako „demografické faktory“ (které je v PEST variantě zahrnut pod písmenem „S“) [17]:

- PESTEL,
- STEEPLE,
- STEEPLED [17].

Provádí se při analýze makroprostředí. Nedělá se velmi často a je postavena na základě mnoha nezávislých faktů, které jsou dodávány od zákonodárných orgánů, statistických úřadů, atd. U této analýzy nejde o detaily, spíše, aby vystihla hlavní, rizikové a zpeněžitelné faktory. Každé z písmen u PEST analýzy má svůj význam [17]:

<b>P</b>	politické faktory	- vláda (politická scéna a její změny)
	legislativa	- podmínky zaměstnávání, omezení v podnikání rozvoj průmyslu
<b>E</b>	ekonomické faktory	- daně, cla, stabilita měny, úrokové sazby, ...
<b>S</b>	sociální faktory	- demografie, životní styl, etnika a náboženství
<b>T</b>	technologické faktory	- infrastruktura, věda a výzkum, technologie

Při této analýze je důležité vycházet nejdříve z globálního makroprostředí a postupovat směrem blíž k prostředí podniku (tzv. lokálnímu prostředí) [16].

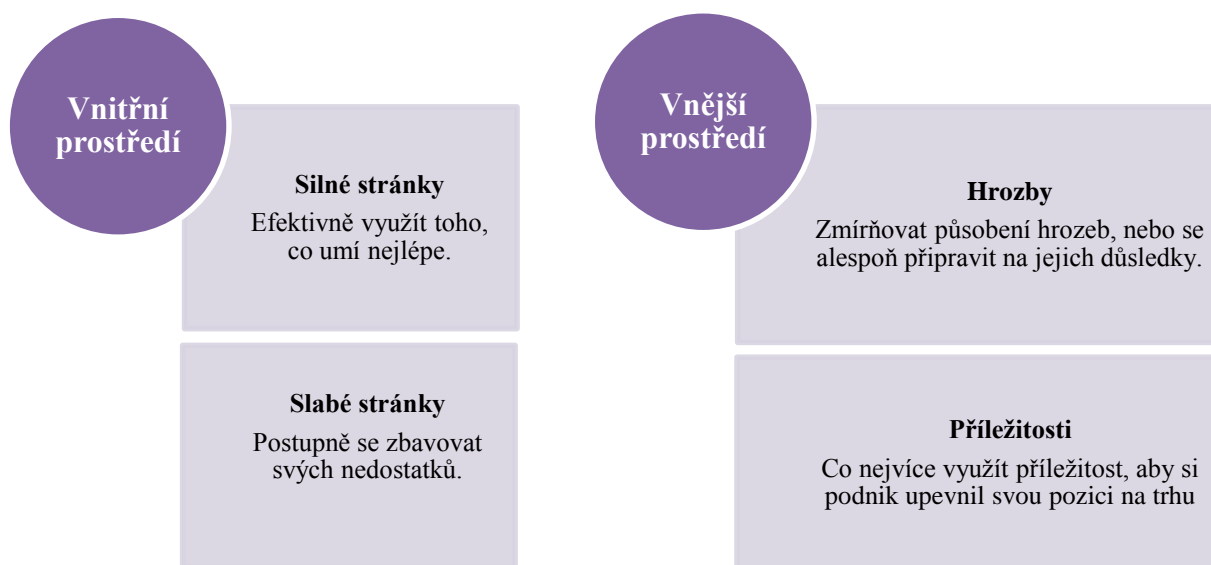
PEST analýza by se měla provádět v několika fázích [17]:

- budeme pouze využívat ty oblasti, které mají (největší) dopad na obor podnikání, na který se zaměřujeme,
- stanovit si jak hluboko, budeme analýzu provádět,
- provedeme analýzu,
- provedeme z analýzy stručný obsah v bodech [17].

### 1.3.2 SWOT analýza

SWOT analýza je nejpoužívanější analýza prostředí, jejíž cílem je zhodnotit podnik na základě 4 parametrů. Její název je odvozen ze začátečních písmen těchto parametrů v anglickém jazyce [18]:

<b>S</b>	→	strengths	→	Silné stránky
<b>W</b>	→	weaknesses	→	Slabé stránky
<b>O</b>	→	opportunities	→	Příležitosti
<b>T</b>	→	threats	→	Hrozby



Obrázek 3: SWOT analýza (vlastní zpracování dle [18])

#### SW

Silné a slabé stránky podniku jsou určovány vnitřním prostředím a posuzují se vůči konkurenci. Pokud oproti konkurenci, jsem v něčem lepší, je to má silná stránka a naopak. Pokud v něčem za konkurencí pokulhávám, je to má slabá stránka [18].

K posuzování těchto stránek je dobré využít marketingový mix 4P (viz. 1.3.3 „Marketingový mix“) [15].

## OT

Hrozby a příležitosti jsou faktory, nacházející se mimo podnik, neboli vnější prostředí podniku. Jde o určení rizik podniku, které by mu mohly uškodit a příležitostí, kterých by se podnik mohl chytit a využít je ve svůj prospěch. Hrozby a příležitosti je nutné neustále sledovat, protože se časem mění. Tím, že o nich víme, můžeme jejich vliv na podnik minimalizovat, popřípadě maximalizovat [18].

### 1.3.3 Marketingový mix

Marketingový mix je soubor nástrojů (proměnných), které pomáhají firmě vytvořit nabídku, která zaujme její cílový trh [15].

Základní marketingový mix je „4P“ a obsahuje tyto nástroje [19]:

- produkt (product),
- cena (price),
- distribuce (place),
- propagace (promotion) [19].

PRODUKT	CENA	DISTRIBUCE	PROPAGACE
<ul style="list-style-type: none"><li>• sortiment</li><li>• kvalita</li><li>• design</li><li>• značka</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• ceník</li><li>• slevy</li><li>• náhrady</li><li>• platební podmínky</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• distribuční cesty</li><li>• dostupnost distribuční sítě</li><li>• prodejní sortiment</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• reklama</li><li>• osobní prodej</li><li>• podpora prodeje</li><li>• public relations</li><li>• přímý prodej</li></ul>

Obrázek 4: Marketingový mix (vlastní zpracování dle [20])

Později byly přidávány další „P“ a vzniklo tak [19]:

- „6P“, kde k základnímu „4P“ bylo přidáno [19]:
  - lidé (people),
  - informace (proces) [19],
- „9P“, vzniklo tím, že se k „6P“ přidalo [19]:
  - obal (packing),
  - spolupráce (partnership),
  - programování - propojení (programming) [19].



Na tento marketingový mix navazuje mix z pohledu zákazníka, tzv. „4C“ [19]:

- potřeba zákazníka (customersolution),
- náklady zákazníka (cutomercost),
- dostupnost (convenience),
- komunikace (communication) [19].

Aby byl marketingový mix účinný, musí být všechny tyto proměnné vzájemně propojeny a „4P“ by měla společnost vnímat i (jakoby) ze strany zákazníka, neboli „4C“ [19].

### **Produkt (product)**

Jedná se o výrobek nebo službu, který má za úkol uspokojit potřeby zákazníka. Produkt je složen z určitých složek, které mu dovolují, aby se odlišoval od konkurence, a skládá se z [2]:

- jádro produktu – odpovídá na otázku, proč zákazník tento výrobek kupuje, tuto službu využívá,
- vlastní produkt – tento produkt dostává nějaké vlastnosti, podobu a název,
- rozšířený produkt – přidáváme něco navíc, co zvýší zájem zákazníka o náš produkt [2].

Malým podnikům je doporučováno, aby se jejich produkt nějakým způsobem odlišoval od konkurence [2].

### **Cena (price)**

Cena je peněžní vyjádření hodnoty produktu, který je nabízen na trhu [21]. Stanovení ceny je jeden z nejdůležitějších a nejkomplikovanějších úkolů podniku [2]. Pro její tvorbu se musí zohlednit vnitřní a vnější faktory [15]:

- vnitřní:
  - náklady,
  - marketingové cíle,
  - marketingový mix,

- vnější:
  - trh,
  - poptávka,
  - konkurence,
  - zákazníci [15].

Velký vliv na stanovení cen, má v poslední době internet. Cena zboží nabízeného na internetu je nižší než u produktů v kamenných prodejnách [15].

Je mnoho způsobů stanovení ceny. Nejčastěji používané jsou metody stanovení ceny na základě [15]:

- nákladů,
- poptávky,
- konkurence [15].

### **Distribuce (place)**

Jedná se o cestu, kterou si každý produkt projde od výrobce, až ke konečnému spotřebiteli [21].

Do této cesty (= distribučního řetězce) vstupují nezávislé subjekty (distribuční mezičlánky), které se účastní na dodání produktu zákazníkovi. Dělíme je na [15]:

- prostředníky – produkt nakoupí za účelem dalšího prodeje (po tuto dobu produkt vlastní):
  - velkoobchod,
  - maloobchod,
- zprostředkovatele – sjednávají setkání a prodej mezi subjekty na trhu nabídky a poptávky (produkt nevlastní):
  - agent,
- podpůrné distribuční mezičlánky – subjekty (firmy) poskytující služby:
  - doprava,
  - skladování,
  - poradenství,
  - a další [15].

## **Propagace (promotion)**

Neboli „komunikační mix“. Podnik jej využívá, aby [15]:

- seznámil zákazníky (cílová skupina) se svým produktem (výrobkem či službou),
- inicioval k nákupu produktu,
- vytvořil věrné zákazníky,
- komunikoval se zákazníky [15].

Nástrojem komunikačního mixu jsou [15]:

- reklama – neosobní, placená forma komunikace, s cílem informovat, připomenout a přesvědčit k nákupu, např.:
  - internet,
  - televize,
  - tisk,
- podpora prodeje – krátkodobé nástroje motivující ke zvýšení objemu a rychlosti prodeje, např.:
  - sleva,
  - soutěž,
  - vzorky,
- public relations – neboli vztahy s veřejností. Jde o komunikaci s veřejností prostřednictvím např.:
  - sponzoring,
  - akce,
- osobní prodej – osobní styk prodávajícího a kupujícího, např. přímý kontakt,
- přímý marketing – přímý kontakt se zákazníkem prostřednictvím komunikačních cest, např.:
  - telefon,
  - pošta,
  - e-mail [15].

### **1.3.4 Porterova analýza pěti sil**

Analýza pěti sil Michaela Portera, je pravděpodobně nejpoužívanější analýza k porozumění konkurenčního prostředí. Aby společnost zjistila, jak se nejlépe bránit proti těmto silám, nebo jak ji tyto síly mohou pozitivně ovlivnit [22].

Porterova analýza pěti sil se skládá z [22]:

- stávající konkurence,
- hrozba vstupu potencionálních konkurentů,
- síla dodavatelů,
- síla odběratelů,
- substituty [22].

#### **Stávající konkurence**

Podle Michaela Portera je důležité se při vytváření strategie vyrovnat se s konkurencí. Neboť v sektoru, kde je konkurence slabá, je vyšší možnost zisku než v sektoru, kde je konkurence silná. V jednotlivých odvětvích mohou existovat konkurenti stejné velikosti, nebo zde může být konkurent, který je podstatně větší než ostatní [22].

Stávající konkurence jsou tedy podniky, které jsou již na daném trhu s podobnými druhy produktů. Je tedy důležité, pokud plánuje nový podnik vstoupit na trh, aby si vytvořil konkurenční výhodu, kterou u konkurence zákazníci postrádají [23].

#### **Hrozba vstupu potencionální konkurence**

Zde jsou rozhodující bariéry, které brání při vstupu na daný trh. Nová konkurence tvoří hrozbu, protože se pokusí převzít podíl stávající konkurence na trhu. Ta se své postavení snaží chránit [22].

Pro podnik je tedy důležité vyjít z úvah o vývoji, atraktivnosti trhu, legislativních překážkách a dalších skutečnostech. Na základě těchto informací je možné opatrně odhadovat vstup nové konkurence [23].

#### **Síla dodavatelů**

Síla dodavatelů je obsažena v případné změně cen vstupů (zvýšení nebo snížení) nebo v systému zásobování (z hlediska intervalů, vzdálenosti, ...). Pro podnik

je důležité vybrat si vhodné dodavatele. Důležitá je dodavatelova pověst, oblíbenost, stanovené ceny, služby, atd. [22].

### **Síla odběratelů**

Je důležité, najít si svou skupinu odběratelů na trhu. Také to, v jakém frekvenci tito odběratelé nakupují (využívají služby), zda se jedná o odběratele velké či drobné. Velkou hrozbou je i informovanost o konkurenčních podnicích a jimi poskytovaných produktech. Tudíž je důležité si s odběrateli vytvořit dobrý vztah a zároveň kontrolovat své okolí (konkurenci) [22].

Je zde také hrozba, že případní odběratelé využívání služeb či produktů daného podniku vypustí, neboť si je dokáží zajistit svými silami. Proto je důležité zůstat ve střehu a hledat nové odběratele, udržet si stávající, rozšiřovat a zkvalitňovat nabídku svých produktů [23].

### **Substituty**

Jedná se o alternativy produktů, které jsou poskytovány konkurencí, a slouží k uspokojení potřeb zákazníků. Zde je důležitá cena a dostupnost těchto substitutů, neboť to má vliv na sílu odběratelů [22].

Je důležité sledovat konkurenci a včas identifikovat případné hrozby (konkurenční náhrady) [23].

## 1.4 Příspěvek od úřadu práce

Jedná se o příspěvek dle ustanovení § 113 zákona č. 435/2004 Sb., o zaměstnanosti a vyhlášky č. 518/2004 Sb., kterou se provádí zákon o zaměstnanosti. V rámci aktivní politiky zaměstnanosti (část pátá zákona č. 435/2004 Sb. o zaměstnanosti), může Úřad práce poskytovat příspěvek na pracovní místo, které uchazeč o zaměstnání zřídí za účelem výkonu samostatné činnosti. Přesný název tohoto příspěvku je [24]:

„Příspěvek na zařízení společensky účelného pracovního místa uchazečem o zaměstnání za účelem výkonu samostatné výdělečné činnosti“.

Cílovou skupinou tohoto příspěvku jsou [24]:

- uchazeči o zaměstnání vedení v evidenci nepřetržitě déle než 5 měsíců,
- osoby se zdravotním postižením,
- uchazeči o zaměstnání (absolventi bez praxe),
- uchazeči o zaměstnání do 25 let věku,
- uchazeči o zaměstnání nad 55 let,
- ženy po mateřské nebo rodičovské dovolené, vracející se na trh práce,
- uchazeči o zaměstnání ohrožení dlouhodobou nezaměstnaností,
- uchazeči o zaměstnání, kterým je potřeba věnovat zvýšenou péči [24].

Příspěvek je nenárokový, poskytuje se na základě žádosti, která podléhá schválení. Žádost je posuzována na základě kvality podnikatelského záměru a podle oboru činnosti s ohledem na udržitelnost podnikání. Uchazeči, který už vykonával SVČ, nemůže být tento příspěvek poskytnut na stejný předmět činnosti. Na základě individuálního posouzení lze poskytnout příspěvek, jestliže uchazeč v tomto oboru činnosti nepodnikal (měl pozastavený živnostenský list) alespoň 5 let. Výše tohoto příspěvku je určována podle předpokládaných nákladů a oboru činnosti. Příspěvek je účelově vázán a může být poskytnut na vybavení potřebné k podnikatelské činnosti. Pořízené věci musí ale být v souladu podnikatelským plánem a oborem činnosti [24].

Úřadu práce je nutné předložit [24]:

- vyplněnou žádost o příspěvek a přílohy požadované úřadem práce:
  - podnikatelský plán, dle přílohy č. 1,

- plánované základní příjmy a výdaje na 2 roky – dle přílohy č. 2a,
- seznam nákladových položek - dle přílohy č. 2b,
- vyjádření ke zdravotní způsobilosti – vyplní ošetřující lékař, náklady na lékařskou prohlídku hradí uchazeč, dle přílohy č. 3,
- zřízení a pozastavené živnostenské oprávnění, přerušen min. po dobu vyřízení žádosti (asi 2 měsíce),
- potvrzení o bezdlužnosti – uchazeč si zajistí sám neb mu na základě zbavení mlčenlivosti vyřídí Úřad práce. Potvrzení je potřebné od:
  - finančního úřadu,
  - celního úřadu,
  - zdravotní pojišťovny,
  - správy sociálního zabezpečení,
- doklad o vztahu k provozovně – prokázání vlastnictví objektu nebo doložení nájemní smlouvy,
- smlouva o vedení účtu (nemusí být podnikatelský) [24].

Úřadu práce se předloží již zmíněné podklady. Zřizuje-li uchazeč provozovnu, provedou v ní pracovníci úřadu práce ještě před schválením žádosti předběžnou kontrolu. Lhůta pro vyřízení žádosti je do 30 - ti dnů od podání kompletní žádosti. Příslušný zaměstnanec úřadu práce vyplňuje „Projednávací list k žádosti SÚPM – SVČ“, ke kterému se vyjadřuje zprostředkovatelka uchazeče. Poradní komise kontaktního pracoviště žádost (ne)doporučuje a navrhuje výši příspěvku a konečné rozhodnutí je na poradní komisi krajského pracoviště úřadu práci. Příspěvek je poskytnut jednorázově na základě uzavřené dohody s úřadem práce [24].

Maximální výše příspěvku, je dle zákona o zaměstnanosti [24]:

- čtyřnásobek průměrné mzdy – pokud míra nezaměstnanosti na okrese je pod úrovní míry nezaměstnanosti v ČR,
- šestinásobek průměrné mzdy – pokud míra nezaměstnanosti na okrese je nad úrovní míry nezaměstnanosti v ČR [24].

**Tabulka 1: Maximální výše příspěvku v letech 2013 a 2014 (vlastní zpracování dle [24])**

Maximální výše příspěvku v letech 2013 a 2014		
Násobek průměrné mzdy	2013	2014
Čtyřnásobek průměrné mzdy	97 632 Kč	98 488 Kč
Šestinásobek průměrné mzdy	146 448 Kč	147 732 Kč

Výše příspěvku vychází z interních pravidel konkrétního krajského pracoviště a z přidělených finančních zdrojů na kalendářní rok. Průměrná výše příspěvku na zahájení samostatné výdělečné činnosti se v současné době pohybuje ve výši 50 000 - 60 000 Kč. Zohledňuje obor činnosti žadatele, dobu a délku, jeho evidence, situaci na trhu práce [24].

Je-li žádost o poskytnutí příspěvku schválena, uzavře úřad práce s žadatelem dohodu. V ní se Úřad práce zaváže poskytnout příjemci příspěvek ve schválené výši. Příjemci příspěvku z dohody plynou tyto povinnosti [24]:

- začít vykonávat SVČ v dohodnutém termínu,
- vykonávat SVČ minimálně po dobu 365 dnů (v opačném případě příjemce vrátí poměrnou část příspěvku,
- pořídit vybavení dle přílohy č. 1,
- ponechat si toto vybavení ve svém vlastnictví po dobu platnosti dohody (365 dnů),
- doložit do stanoveného termínu doklady o profinancování příspěvku,
- vrátit neprofinancovanou část příspěvku,
- oznámit Úřadu práce do 10 dnů přerušení, pozastavení nebo zrušení činnosti OSVČ [24].

Zaměstnanci úřadu práce vykonávají kontroly [24]:

- předběžnou – před schválením příspěvku – je-li zřizována provozovna, kontrolují pracovníci vhodnost provozovny pro vykonávanou činnost,
- kontrola profinancování – v stanovený den předložit doklady, co bylo za příspěvek nakoupeno, popřípadě je uchazeč vyzván k vrácení neprofinancované části příspěvku,



- průběžnou – kde je kontrolováno plnění dohody (placení záloh ZP a SP, fyzická kontrola vybavení) [24].

### **Překlenovací příspěvek**

Navazuje na předchozí dohodu. Pokud má příjemce příspěvku provozovnu, má možnost požádat o „Překlenovací příspěvek“, který slouží k úhradě provozních nákladů (nájem, energie, voda, ...), dle ustanovení § 114 zákona č. 435/2004 Sb., o zaměstnanosti a vyhlášky č. 518/2004 Sb. kterou se provádí zákon o zaměstnanosti [24].

Příspěvek je poskytnut jednorázově na základě uzavřené dohody, na dobu maximálně 5 - ti měsíců. Je určen pro OSVČ, která přestala být uchazečem o zaměstnání a byl jí poskytnut příspěvek na zahájení činnosti [24].

Tuto žádost je nutné podat do 30- ti dnů od podpisu dohody o poskytnutí příspěvku na zařízení společensky účelného pracovního místa uchazečem o zaměstnání za účelem výkonu samostatné výdělečné činnosti. Tento příspěvek je nenárokový, podléhá schválení a kontrole profinancování [24].

## **1.5 Analýza rizik**

Každý podnikatelský plán přináší rizika, která mají nepříznivý dopad na firmu. Za pomoci analýzy rizika si nastíníme pravděpodobnost rizikové situace a stanovíme si případná opatření. Tato opatření provedeme v případě, že rizika opravdu nastanou nebo je můžeme provádět preventivně, aby se snížil jejich dopad. Rizika je možné dělit na [3]:

- ovlivnitelná a neovlivnitelná,
- vnitřní a vnější [3].

Ale také je možné je dělit podle věcné náplně na ekonomická, výrobní, finanční, politická, technická, a další [3].

Analýzu rizik lze provádět za pomoci expertního hodnocení nebo analýzy citlivosti. U expertního hodnocení se jedná o odhad faktorů rizik vzhledem k plánovaným cílům. Jejich význam posoudíme podle výše pravděpodobnosti a dopadu, které mají pro podnik. Čím je faktor pravděpodobnější a má vyšší dopad, tím je významnější. Oproti

tomu analýza citlivosti zjišťuje citlivost hospodářského výsledku (i jeho složek) na určité faktory. Jedná se o faktory, jakými je například změna fixních a variabilních nákladů, tržní cena našich produktů s ohledem na konkurenci [3].

Po identifikování rizik, je nutné navrhnout opatření pro snížení jejich dopadu na firmu. Opatřením může být [3]:

- dělení rizika – riziko rozdělíme mezi více účastníků, kteří se podílejí na realizaci podnikatelského projektu,
- diverzifikace – rozšíření nabízeného sortimentu, aby při snížení poptávky po jednom výrobku nebo službě, bylo kompenzováno zvýšením poptávky po jiném produktu nebo službě firmy,
- transfer – přesun rizika na jiné subjekty, jako jsou například dodavatelé, odběratelé. Tento transfer je možné učinit leasingem nebo uzavíráním dlouhodobých smluv se stanovenými podmínkami,
- pojištění – případná rizika se přenáší na pojišťovnu, která na základě uzavřené smlouvy a sjednaných podmínek kryje škody nebo ztráty,
- vytváření rezerv,
- kvalitní smlouvy,
- a další [3].

## **2 ANALÝZA PROBLÉMU**

Analytická část vychází z teoretických poznatků popsaných v „marketingové situační analýze“. Obsahuje vymezení trhu a cílových skupin klientů. Vlivy makroprostředí byly posouzeny prostřednictvím SLEPT analýzy, vlivy mikroprostředí zachycuje Porterova analýza. Celkové zhodnocení silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb zvoleného podnikání je zachyceno ve SWOT analýze.

### **2.1 Zákazník**

Ideálním zákazníkem pro mou živnost je OSVČ (osoba samostatně výdělečně činná), mikropodniky nebo malé podniky.

Mikropodnikem dle definice EU je podnik, jehož roční obrat nebo bilanční suma roční rozvahy nepřesáhne 2 miliony EUR a který zaměstnává méně než 10 osob [25].

Malým podnikem je podnik, jehož roční obrat nebo bilanční suma roční rozvahy nepřesáhne 10 milionů EUR a zaměstnává méně než 50 osob [25].

Počet těchto zákazníků pro oblast Vyškov se nachází v kapitole 2.2.3 „Velikost trhu a jeho geografické umístění“.

Předpokládaný počet zákazníků, který by firma měla získat, vzhledem ke svým kapacitním možnostem, příjmům a výdajům, představuje zhruba 15 subjektů, ve složení 5 mikropodniků a 11 OSVČ. A to v případě, že mikropodniky mají okolo 5 zaměstnanců a obrat do 5 mil. korun a jsou plátcí DPH (například 2 stolaři, 1 instalatér, 2 automechanik). OSVČ, jejichž výdaje by byly řešeny % z příjmu (například zedník, malíř). Takto stanovený počet zákazníků, by mi měl vystačit, k tomu, abych se užívala.

## 2.2 Charakteristika oboru a trhu

Cílem této bakalářské práce, jak již bylo uvedeno, je vytvořit návrh podnikatelského plánu v oblasti účetnictví. Podnikání v této oblasti představuje vstup na velmi specifický trh služeb.

Dle zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), v Příloze č. 2 je mnou prováděná živnost, živností vázanou a přesněji se jedná o [26]:

*„Činnost účetních poradců, vedení účetnictví, vedení daňové evidence“ [26]*

Dle tohoto zákona je potřebné, aby odborná způsobilost podnikatele byla [27]:

- ukončené vzdělání vysoké školy a 3 roky praxe v daném oboru,
- ukončené vzdělání vyšší odborné školy a 5 let praxe v daném oboru,
- střední vzdělání ukončené maturitní zkouškou a 5 let praxe v daném oboru,
- doklad o rekvalifikaci nebo jiné potvrzení o odborné kvalifikaci v daném oboru a 5 let praxe [27].

Obsahem této činnosti je [26]:

- poskytování rad v problematice vedení daňové evidence a účetnictví,
- sestavování účetních výkazů,
- účtování o účetních případech,
- vedení účetnictví,
- vedení daňové evidence,
- a jiné [26].

Podle klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE), se tato činnost nachází v(e) [28]:

- sekci M – profesní, vědecké a technické služby,
- oddílu 69 - právní a účetní oblasti,
- skupině 69.2 – účetnické a auditorské činnosti; daňové poradenství [28].

Službu účetnictví využívají právnické osoby i osoby fyzické. Jedná se o ekonomické subjekty, podnikající v různých oblastech.

Živnost je provozována na území jihomoravského kraje a to v okrese Vyškov, kde na základě zjištěných údajů z českého statistického úřadu, je znám celkový počet ekonomických subjektů a také to, kolik z těchto subjektů podniká formou fyzických a právnických osob.

**Tabulka 2: Počet ekonomických subjektů v obvodu Vyškov v letech 2008 - 2012 (vlastní zpracování dle [29])**

Počet ekonomických subjektů v obvodu Vyškov v letech 2008 - 2012					
	2008	2009	2010	2011	2012
Počet ekonomických subjektů	10 641	10 784	11 104	11 375	11 571
Fyzických osob	8 637	8 588	8 821	9 002	9 105
Právnických osob	2 004	2 196	2 283	2 373	2 466

Vzhledem k tomu, že stanovenou cílovou skupinou mých zákazníků jsou fyzické osoby (OSVČ), mikropodniky a malé podniky, je potřeba zjistit jejich množství, které je obsaženo v celkovém počtu ekonomických subjektů v této dané oblasti.

**Tabulka 3: Počet ekonomických subjektů podle počtu zaměstnanců v obvodu Vyškov v letech 2008 – 2012 (vlastní zpracování dle [29])**

Počet ekonomických subjektů podle počtu zaměstnanců v obvodu Vyškov v letech 2008 - 2012					
	2008	2009	2010	2011	2012
Bez zaměstnanců	3669	3757	4020	4083	4005
Mikropodniky (1 - 9 zaměstnanců)	844	829	821	778	805
Malé podniky (10 - 49 zaměstnanců)	205	209	191	185	178

## 2.3 PEST analýza

Za pomoci této analýzy zhodnocuji stav daného ekonomického prostředí (stát, kraj, atd.) v současnosti a jeho budoucí vývoj. Také faktory, které mají dopad na daný obor podnikání [21].

Při PEST analýze, kterou jsem zpracovala, vycházím na základě údajů týkající se České republiky, Jihomoravského kraje a „okres“ Vyškov, ve kterém je tato živnost umístěna. Vycházím z údajů „Českého statistického úřadu“ pro krajskou správu ČSÚ v Brně [30].

### 2.3.1 Sociální faktory

Poptávka, je odvozena od poptávky zboží a služeb mých zákazníků, kterými jsou ekonomické subjekty. Faktory, které ovlivňují podnikání z hlediska sociálního, jsou:

- počet obyvatel,
- průměrná mzda,
- životní styl.

#### Počet obyvatel

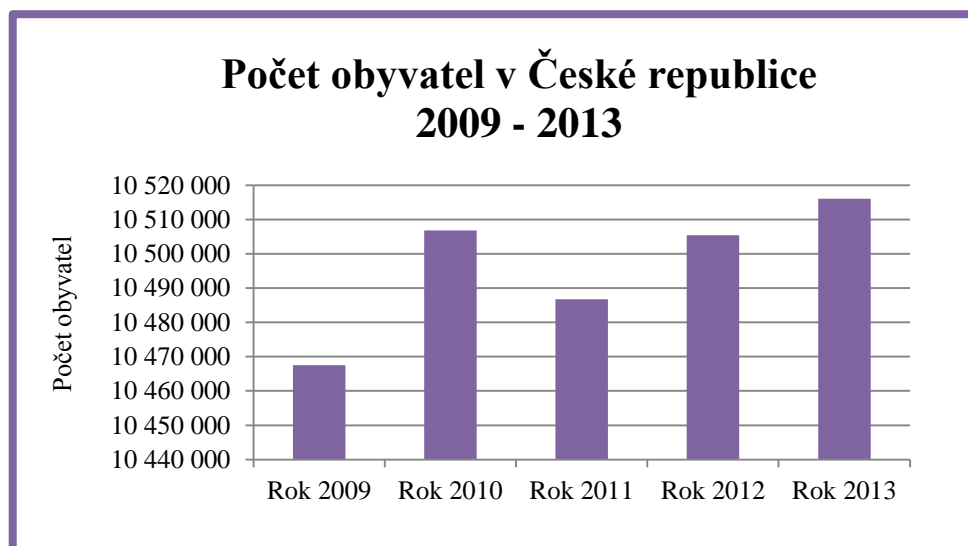
V České republice stále přibývá obyvatel, ale už pomaleji než v minulosti. Uvedená data jsou k 1. 1. každého roku a k datu 1. 1. 2014 [31]:

- v České republice 10 516 125 obyvatel,
- v Jihomoravském kraji 1 168 650 obyvatel,
- na Vyškovsku 89 765 obyvatel [31].

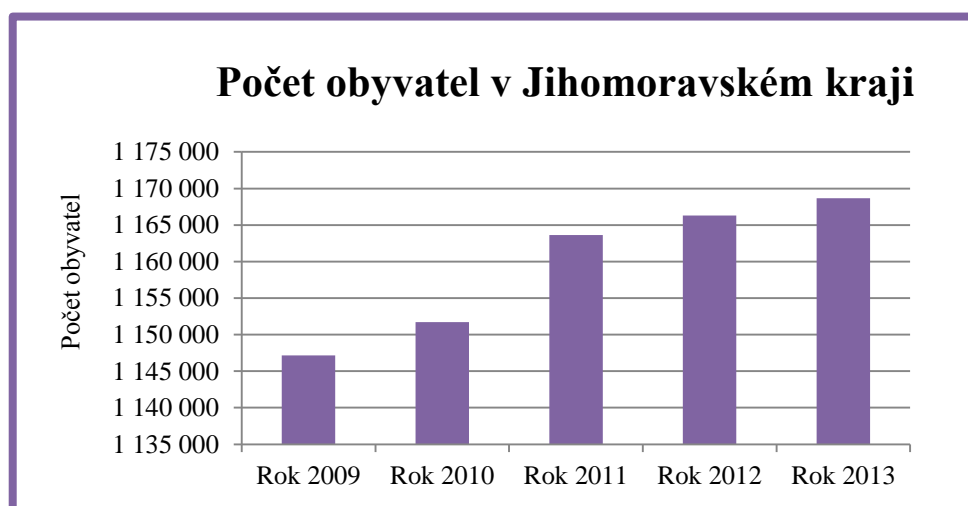
V Jihomoravském kraji je průměrný věk obyvatel 41,5 roku a za posledních 20 let se zvýšil zhruba o 5 let. Také se každoročně zvyšuje podíl osob ve věku 65 let a více [31].

Počet obyvatel ovlivňuje mé podnikání ze dvou pohledů:

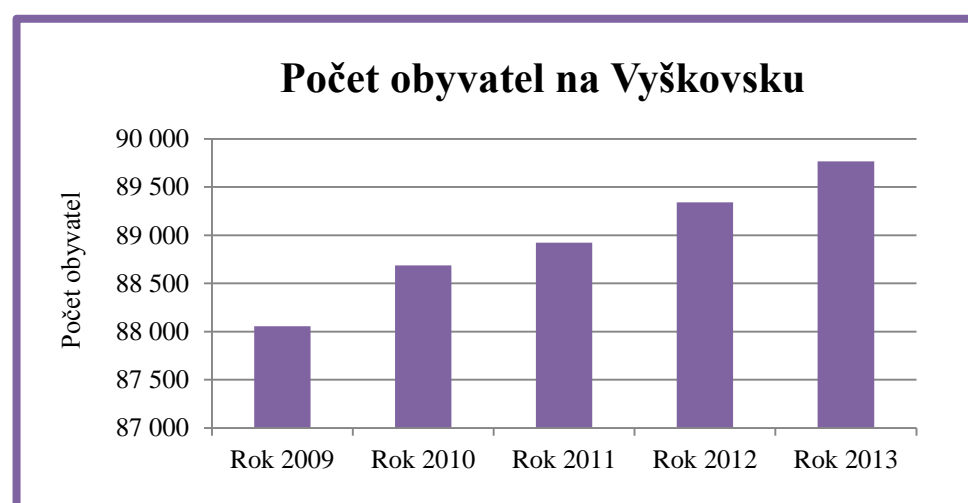
- vzhledem ke zvyšujícímu se počtu obyvatel se zvyšuje také možnost, že obyvatelé začnou podnikat. Zvýší se tedy počet podnikajících subjektů, představujících potenciální zákazníky,
- zvyšující se počet obyvatel také vyvolá zvýšení poptávky po službách a výrobcích mých zákazníků. A jejich prosperita může kladně ovlivnit mé podnikání.



**Graf 1: Počet obyvatel v České republice (vlastní zpracování dle ČSÚ [31])**



**Graf 2: Počet obyvatel v Jihomoravském kraji (vlastní zpracování dle ČSÚ [31])**



**Graf 3: Počet obyvatel na Vyškovsku (vlastní zpracování dle ČSÚ [31])**

## Průměrná mzda

Průměrná mzda v České republice ve čtvrtém čtvrtletí roku 2013 činí 26 637 korun [32].

V Jihomoravském kraji ve 3. čtvrtletí 2013 dosáhla průměrná měsíční mzda částky 24 008 korun [33].

V České republice je nastolen trend dlouhodobého růstu mzdy. Pokud roste čistá mzda, roste tím kupní síla obyvatelstva. Takže mohou obyvatelé více nakupovat a tím roste prosperita firem, což vede ke všeobecnému zvyšování poptávky v České republice. Pokud firmy prosperují, jsou ochotny vyhledávat služby externí účetní.

**Tabulka 4: Průměrná hrubá měsíční mzda v Jihomoravském kraji (vlastní zpracování dle [33] a [34])**

Průměrná hrubá měsíční mzda v Jihomoravském kraji					
	Rok 2009	Rok 2010	Rok 2011	Rok 2012	Rok 2013 (3. čtvrtletí)
Průměrná hrubá měsíční mzda celkem (Kč)	25 700	26 223	24 651	25 281	24 008

## Životní styl

Životní styl obyvatel má vliv na každého podnikatele. Faktory, které ovlivňují životní styl, jsou například:

- vzdělání – mnoho lidí v dnešní době, jde raději studovat řemeslný obor a poté se v něm snaží uplatnit a začne podnikat. Protože musí vést daňovou evidenci nebo účetnictví, tak většina těchto podnikatelů (živnostníků) si najde svého (externího) účetního. Vznik nových podnikatelů (živnostníků) je příležitost pro mé podnikání.
- volný čas – podnikání je činnost časově náročná. Proto podnikatelé případnou administrativu, týkající se účetnictví nebo evidence, raději přenechají externí účetní.



### 2.3.2 Ekonomické faktory

Jedná se o faktory, které mají vliv na podnikání v daném státě. Pro zaměření podnikatelského plánu považuji za nejdůležitější:

- hrubý domácí produkt (HDP),
- výši inflace,
- úroveň nezaměstnanosti.

#### **Hrubý domácí produkt (HDP)**

HDP je součtem celkové hodnoty služeb a statků, které jsou, na daném území a v daném období, nově vytvořené. Počítá tedy výkon ekonomiky [35].

Proto je odrazem podnikatelské aktivity ve státě a jeho růst zvyšuje potenciál prosperity firem a tedy i potenciál pro růst počtu klientů účetní firmy.

Jestliže HDP v České republice stoupá, znamená to, že se v ekonomice produkuje více, je tedy zaměstnáváno více lidí, tudíž roste zaměstnanost. Tím roste i mzda a lidé tedy více nakupují, což zvyšuje poptávku podnikům.

HDP ve čtvrtém čtvrtletí 2013 podle předběžného odhadu vzrostl meziročně o 0,8 % a mezičtvrtletně o 1,6 %. Takže celkem bylo HDP, když jej porovnáme s rokem 2012 menší a to o 1,1 % než v roce 2013 [36].

Prognóza České národní banky (ČNB) týkající se meziročního růstu reálného HDP je pro rok 2014 2,2 % a pro rok 2015 2,8 % [37].

To považuji za příznivé pro mé podnikání. Znamená to předpoklad mírného růstu ekonomiky, což je dobré pro mé zákazníky a tím pádem i pro mé podnikání.

#### **Inflace**

Inflace je v čase sledovaný nárůst cenové hladiny v ekonomice. „*Míra inflace vyjádřena přírůstkem průměrného ročního indexu spotřebitelských cen vyjadřuje procentní změnu cen*“ [38] vybraného roku. Slouží pro posouzení a úpravy průměrných veličin [38].

Nárůst cenové hladiny se může projevit v mírném nárůstu nákladů, a to vzhledem k reakci konkurence může vést ke zvýšení cen mnou poskytovaných služeb. Tento

cenový nárůst by se neměl projevit jako výrazné snížení poptávky zákazníků po zboží a službách klientů naší firmy.

Pokud míra inflace roste nad hranici inflačního cíle, stanoveného ČNB, může dojít ke snížení agregátní poptávky ve státě, což představuje celkovou nepříznivou situaci pro podnikání (více pokles HDP).

Od listopadu 2013 byla oslabena Českou národní bankou česká koruna a to z částky přibližně 25 Kč/Euro na hodnotu pohybující se kolem 27 Kč/Euro. Toto oslabení koruny je chápáno jako impuls pro růst exportu. U mých klientů orientovaných na export, by mohlo dojít ke zvýšení poptávky po jejich produktech. Každopádně toto opatření je inflační faktorem.

Míra inflace k březnu 2014 je 1,0 % [39].

Nynější inflace v České republice je mírná, pohybuje se kolem 1,4 %, což lze považovat za poměrně cenově stabilní situaci [38].

**Tabulka 5: Průměrná roční míra inflace (vlastní zpracování dle ČSÚ [38])**

Průměrná roční míra inflace (v %)					
	Rok 2009	Rok 2010	Rok 2011	Rok 2012	Rok 2013
Průměrná roční míra inflace	1,0	1,5	1,9	3,3	1,4

## **Nezaměstnanost**

Nezaměstnanost ovlivňuje mé podnikání ze dvou pohledů:

- zvyšování nezaměstnanosti je spojeno se snižováním HDP a snížením ekonomické prosperity státu. To se projeví ve snížení kupní síly obyvatelstva a tím i snížení poptávky po zboží a službách klientů a firem přeneseně působí i na snížení poptávky po službách externí účetní,
- v případě zvyšování nezaměstnanosti, se zvyšuje možnost, že tito nezaměstnaní lidé si budou chtít založit vlastní živnost či podnik. Tím se zvyšuje pravděpodobnost, že se budou poohlížet po účetní. Avšak tento vliv růstu nezaměstnanosti považuji za méně pravděpodobný než vliv první.

Vzhledem k předpokládanému postupnému nárůstu HDP pro rok 2014 a 2015, je možné očekávat mírný pokles nezaměstnanosti.

Obecná míra nezaměstnanosti vyjadřuje podíl počtu nezaměstnaných osob na celkové pracovní síle [40].

Nezaměstnanost v České republice se od ledna roku 2009 rapidně zvýšila a od ledna roku 2010 klesala. A na začátku roku 2014 (k 1. 1. 2014) počet nezaměstnaných zase vzrostl [40].

Očekává se, že nezaměstnanost by mohla klesnout, jakmile započnou sezónní práce.

**Tabulka 6: Nezaměstnanost v České republice (k 1. 1.) (vlastní zpracování dle [40])**

Nezaměstnanost v České republice (k 1.1.)						
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Počet obyvatel	398 061	574 226	571 863	534 089	585 809	629 274
Nezaměstnanost v %	6,8	9,8	9,7	9,1	8,0	8,6

V roce 2012 byl okres Vyškov zařazen v „Setřídění okresů ČR“ podle průměrné míry nezaměstnanosti na 49. místo ze 77 okresů a to s mírou 8,3 % [41].

Nezaměstnanost v Jihomoravském kraji k 31. prosinci 2013 dosáhla 8,94 %. S touto mírou se Jihomoravský kraj stal pátým krajem s nejvyšší nezaměstnaností. K tomuto datu úřady práce celého kraje registrovaly 71 970 uchazečů o práci, z toho 37 195 mužů a 34 775 žen. Nabízeno bylo ke konci roku 2 262 volných pracovních míst, tudíž na jedno místo připadlo v průměru 31,8 uchazečů. Pro Vyškovsko 17,8 uchazečů, ale například pro Brno-město to bylo 57,9 uchazečů [42].

**Tabulka 7: Nezaměstnanost na Vyškovsku (vlastní zpracování dle ČSÚ [43])**

Nezaměstnanost na Vyškovsku				
	Rok 2010	Rok 2011	Rok 2012	Rok 2013
Neumístění uchazeči o zaměstnání	4 355	4 225	4 324	4 586
Volná pracovní místa	193	170	155	229
Uchazeči na 1 volné pracovní místo	22,6	24,9	27,9	17,8

### 2.3.3 Politické faktory

Česká republika je považována za politicky stabilní stát. Je členem Evropské unie (EU) od roku 2004, Organizace OSN pro výchovu, vědu a kulturu (UNESCO) od roku 1993, Organizace severoatlantické smlouvy (NATO) od roku 1999, Světové obchodní organizace (WTO) od roku 1993 a dalších organizací.

V říjnu 2013 proběhly předčasné volby a noví poslanci zasedli do poslaneckých lavic v listopadu 2013. Vznikla koaliční vláda ČSSD, ANO a KDU-ČSL, kterou prezident jmenoval v lednu 2014, v čele s premiérem Bohumilem Sobotkou.[44].

Dne 12. února 2014 schválila vláda Programové prohlášení vlády České republiky, kde stojí, že [45]:

*„Vláda bude prosazovat ekonomický program pro Českou republiku, který je založen na podpoře podnikání, fungující a transparentní státní správě, efektivním trhu práce...“*  
[45].

Vláda chce podpořit rozvoj středního a malého podnikání, které podle ní představuje nevyužitou rezervu růstu a zaměstnanosti. Toho dosáhne za pomoci rozvoje a kapitálového posílení Českomoravské záruční a rozvojové banky. Dále podpoří vzdělávání začínajících podnikatelů a jejich přístup k veřejným zakázkám. V plánu má i kroky k maximálnímu snižování administrativní zátěže pro podnikatele [45].

V průběhu roku 2014 čekají Českou republiku květnové volby do Evropského parlamentu a na podzim volby do senátu spolu s volbami do obecních zastupitelstev [44].

Případná hrozba přichází z vnějšku. V této době se to týká Ukrajiny, kde probíhají nepokoje. Vzhledem k této situaci zvažuje Rusko zastavení přívod plynu a nafty. To by ovlivnilo zvýšení jejich ceny a následně i cenu poskytovaných služeb a zboží.

### 2.3.4 Legislativní faktory

Legislativa je soubor platných právních předpisů. Jde o změny a novely v zákonech, které ovlivní mé podnikání v oboru účetnictví. Tento obor je regulován řadou zákonů

(vyjmenovány níže). V těchto zákonech se zhruba každý rok něco změní. Ať se to týče výše sazeb, nebo způsobu postupu úkonu.

Významným faktorem je výše sazby daně z příjmů fyzických osob, která se od roku 2009 do roku 2014 nezměnila a zůstává na 15% [46].

Od 1. ledna 2014 vstoupil v platnost nový Občanský zákoník. Přináší řadu změn v oblasti závazkové, statutárních orgánů, ... [47].

Výše sazby daně z přidané hodnoty (DPH) se pro rok 2014 nezměnila a zůstává stále na 15% a 21%. I hranice obratu pro povinnou registraci k placení DPH zůstává na částce 1 milion Kč [47].

Od 1. ledna 2014, musí plátcí DPH podávat své přiznání pouze elektronicky. Výjimkou jsou fyzické osoby, plátců DPH, jejichž obrat za nejvýše 12 bezprostředně předcházejících po sobě jdoucích kalendářních měsíců nepřesáhne částku 6 milionů korun. Tito plátcí se mohou rozhodnout, zda své přiznání podají v elektronické či v klasické (papírové) formě. Ale pro všechny plátce DPH platí, že musí podat „Výpis z evidence pro daňové účely v režimu přenesení daňové povinnosti (§92a odst. 5 zákona o DPH) [47].

Od 1. ledna 2014 je „daň z převodu nemovitosti“ nahrazena „daní z nabytí nemovitosti“. Daň dědická zanikla, to může být ale jen dočasné, protože ji nově jmenovaný premiér Bohuslav Sobotka plánuje obnovit. Daň darovací přechází pod daň z příjmů a její sazba je 15 % pro fyzické osoby a 19% pro právnické osoby [47].

Nové jsou i výše záloh na sociální a zdravotní pojištění. OSVČ musí platit zálohu 1 752 korun zdravotní pojišťovně a 1 894 korun správě sociálního zajištění [47].

Od ledna 2014 bude zaměstnavatel platit zaměstnanci náhradu mzdy při pracovní neschopnosti po dobu prvních 14 dnů [47].

Zákony vztahující se k poskytování služby v účetní oblasti:

- zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví,
- zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů,
- zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty,

- zákon č. 338/1992 Sb., o dani z nemovitosti,
- zákon č. 16/1993 Sb., o dani silniční,
- zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon),
- zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce,
- zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník,
- zákon č. 90/2012 Sb., zákon o obchodních korporacích,
- zákon č. 280/2009 Sb., daňový řád,
- zákon č. 593/1992 Sb., zákon o rezervách pro zjištění základu daně z příjmů
- zákon č. 340/2013 Sb., zákonné opatření senátu o dani z nabytí nemovitých věcí

### **2.3.5 Technické a technologické faktory**

Vliv těchto faktorů, není v oblasti účetnictví tak značný, ale i přesto se přihlíží na vývoj informačních technologií.

Vývojem rozvoje informačních technologií, se stále mění způsoby vykonávání práce účetní. Dříve se účetnictví vedlo v písemné formě a účetní musela být velice pečlivá při psaní a výpočtech. Nyní musí účetní umět ovládat program sloužící k účtování, kterých v dnešní době existuje spousta. Navíc se na trhu vyvinul nový trend a to komunikace online, elektronické podpisy, online podání daňového přiznání, interaktivní formuláře, atd.

Cena účetních programů se pohybuje v rozmezí 2 000 – 50 000 korun. Dodavatelé s ní pořádají i kurzy, které mají lidi (účetní) naučit jejich ovládání a na účetní pak zbývá vybrat a aktualizovat si program, který jí vyhovuje v závislosti na její zaměření. Mezi nejznámější účetní programy patří:

- POHODA
- MONEY S3
- EKONOM
- WARIA
- a další

## **2.4 Porterova analýza pěti sil**

Porterova analýza pěti sil pomáhá blíže určit sílu dodavatelů a odběratelů, náhradní produkty (substituty), hrozbu potencionální konkurence a konkurence, která už se na daném trhu vyskytuje.

### **2.4.1 Síla dodavatelů**

Protože se zabýváme poskytováním služeb, tak nejsme závislí na dodavatelích. Potřebujeme je ale na začátku podnikání, kdy musíme vybavit kancelář. Jedná se o nákup nábytku, elektroniky, kancelářských potřeb, potřebné zákony a účetní program. Na trhu je mnoho dodavatelů, kteří se pohybují v této oblasti, a máme tedy možnost výhodného nákupu.

Důležité v síle dodavatelů jsou zákony, které jsou potřebné zakoupit nové každý rok, neboť se některá ustanovení mění, stejně jako sazby.

Dalšími případnými dodavateli, jsou osoby poskytující potřebné kurzy, právní a poradenské služby.

### **2.4.2 Síla odběratelů**

Podnik je zaměřen na zákazníky z oblasti malých podniků, mikropodniků a osob samostatně výdělečně činných (OSVČ) v okrese Vyškov a přilehlém okolí. Počet těchto ekonomických subjektů, je uvedeno v kapitole 2.2.3 „Velikost trhu a jeho geografické umístění“.

Pokud se na trhu nachází omezený počet zákazníků nebo větší počet konkurence, tak je síla odběratelů vyšší. Toto je situace i na mém cílovém trhu. Za vhodnou možnost snížení vyjednávací síly odběratelů, i nutnosti boje se stávající konkurencí, považuji zaměření se na nově vznikající podnikatelské subjekty. Na základě tabulky č. 3 bylo zjištěno, že každý rok vznikne v průměru 200 nových ekonomických subjektů v oblasti Vyškov.

### **2.4.3 Substituty**

Pro službu účetního poradenství se dá říct, že neexistuje substitut. Tato činnost je jasně dána a řízena zákony. Jediné, co by se dalo považovat za substitut, jsou ekonomické subjekty, které si samy vedou účetnictví, ale těchto subjektů je spíše pomálu. Důvodem je, že by si podnikatelé museli zaměstnat účetní nastálo ve svém podniku, což je zbytečné, jestliže má málo zaměstnanců a malé množství dokladů. Nebo by se museli sami v této oblasti umět pohybovat, čili si sami vést účetnictví či daňovou evidenci. Předpokládám, že za těchto podmínek je pro mnohé podnikatele vhodnější využití služeb externí účetní.

### **2.4.4 Hrozba vstupu potenciální konkurence**

Hrozba ze vstupu nových konkurentů, která by poskytovala účetní poradenství je velká. Účetnictví je odvětví, které je neustále potřebné, a nejsou zde příliš vysoké nároky k jeho provozování. Ať se to týká finančních, tak i podmínek pro podnikání v tomto oboru (viz. 2.2.2 „Definice oboru“).

### **2.4.5 Stávající konkurence**

Aktuálně ke konci roku 2013, je v okrese Vyškov 308 osob, podnikajících v činnosti účetních poradců, vedení účetnictví a vedení daňové evidence [48].

Počet ekonomických subjektů ve Vyškově k 31. 12. 2013 je 5 158 [49].

Konkurence přímo ve městě Vyškov v oblasti vedení účetnictví je následující:

- Ing. Eva Droblíková – nabídka vedení účetnictví a zpracování daňového přiznání i mezd
- Ivan Smetana – vedení účetnictví, daňové a ekonomické poradenství,
- Jana Goldová – vedení účetnictví a daňové evidence
- Zdeněk Valášek – vedení účetnictví a daňové evidence
- Anna Vymazalová – vedení účetnictví a daňové evidence, zpracování mezd a daňových přiznání,
- Jana Viktorinová – zpracování daňové evidence a mezd živnostníků a firem,



- Jiří Gabaj – GMG – ekonomické služby a poradenství, účetní služby, mzdové služby a poradenství, zprostředkování, obchod,
- Ing. Zuzana Bozděchová – vedení účetnictví a účetní poradenství, zpracování daně, mzdy a daňovou evidenci.

## **2.5 SWOT analýza**

Při sestavování SWOT analýzy jsem vycházela z provedených analýz vnějšího (PEST analýza) a vnitřního (Porterova analýza pěti sil) prostředí. Za pomocí SWOT analýzy zjistíme své silné a slabé stránky, za jejichž pomoci lze určit a omezit případné hrozby, spolu s využitím příležitostí.

### **Silné stránky**

- individuální přístup ke klientům,
- kompletní zpracování účetnictví,
- flexibilita poskytování služeb,
- zodpovědný přístup k práci.

### **Slabé stránky**

- nový podnikatelský subjekt,
- nesnadné prosazení se na trhu vzhledem ke konkurenci,
- nízké povědomí u potencionálních klientů,
- vysoké náklady v důsledku nutnosti neustálého vzdělávání.

### **Příležitosti**

- vznik nových ekonomických subjektů,
- přepokládaný mírný růst HDP v dalších dvou letech,
- špatné zkušenosti s konkurencí.

### **Hrozby**

- vznik nové konkurence,
- posilování stávající konkurence,
- změny v legislativě,
- nedůvěra v nový ekonomický subjekt.

Silnou stránkou ekonomického subjektu je individuální přístup ke klientům, který je uplatňován i při stanovování ceny za služby. Službou se má na mysli komplexní zpracování účetnictví, daňové evidence, mzdové agentury a daňových přiznání. Flexibilitou služeb je snaha reagovat pružně a včas na požadavky klientů, dodržovat sjednané termíny a vycházet klientům vstříc.

Hlavní slabou stránkou je, že se jedná o nový ekonomický podnik na trhu. Je tudíž vyvíjena velká snaha se dostat do podvědomí zákazníků a k tomu je potřebné vynaložit vyšší náklady na propagaci pro první rok podnikání. Chybějící praxe bude nahrazena zkušenostmi a soustavným studiem.

Za příležitost považuji vznik nových ekonomických subjektů. Podnik bude vyvíjet snahu získat tyto subjekty jako své klienty. Popřípadě bude možné získat klienty, díky špatných zkušeností s mou konkurencí. V obou případech hraje významnou roli propagace.

Hrozby pro mé podnikání představují konkurenti a nedůvěra klientů v nový ekonomický subjekt. Případnými hrozbami jsou i změny v legislativě. Tím jsou myšleny převážně změny sazeb, způsobů počítání a další. Aby se subjekt proti těmto legislativním hrozbám nějak ochránil, je nutné navštěvovat kurzy s tématem změn v legislativě.

### 3 VLASTNÍ NÁVRH ŘEŠENÍ

Návrhová část je vlastním návrhem podnikatelského plánu pro zvolenou činnost – vedení účetnictví, což zahrnuje vedení účetnictví, daňové evidence, personalistiky a daňové přiznání, v oblasti Vyškov. Vycházím z poznatků teoretické a analytické části, které jsou obsahem předchozích dvou kapitol.

#### 3.1 Základní údaje o podnikatelském subjektu

<b>Název podniku</b>	Anna Tvrzníková
<b>Právní forma</b>	OSVČ (osoba samostatně výdělečně činná)
<b>Sídlo</b>	Vyškov, Komenského 9, PSČ 682 01
<b>Předmět podnikání</b>	vedení účetnictví, vedení daňové evidence, činnost účetních poradců.
<b>DPH</b>	neplátce
<b>Náklady</b>	formou paušálu
<b>Hlavní cíl</b>	vybudovat stabilní klientelu a pevnou pozici na trhu
<b>Dílčí cíle</b>	vybudovat si dobré jméno, poskytovat kvalitní služby, vedoucí ke spokojenosti zákazníků, neustále zdokonalovat poskytovaných služeb, v dalších letech rozšiřování klientely o nové zákazníky a případně i rozšíření portfolia služeb.

Jako právní formu podnikání jsem si zvolila OSVČ. Tato forma podnikání má své výhody, ale i své nevýhody (viz 1.2.7 „Osoba samostatně výdělečně činná (OSVČ)“).

Pro svou podnikatelskou činnost jsem si zvolila provozovnu ve městě Vyškov, a to na ulici Komenského 9. Jedná se o prostory v místě, které je dobře situované v centru města, pro jehož okolí nabízím své služby. Prostory jsou o rozloze 22 m<sup>2</sup>, což plně vystačuje k vykonávání mé činnosti. Je zde i možnost společné kuchyňky a WC s ostatními kanceláři na patře. Možnost parkování, blízkost potřebných úřadů.

### **3.2 Marketingový mix**

Vytvoření marketingového mixu je důležité pro podnikatelský plán, protože objasňuje, jakým způsobem jsou služby distribuovány, propagovány a oceňovány.

#### **3.2.1 Popis služeb**

Nabízenými službami jsou:

- vedení účetnictví,
- vedení daňové evidence,
- poradenství v oblasti účetnictví a daňové evidence,
- zpracování personalistiky
  - vedení personální agendy,
  - zpracovávání mezd (včetně odvodů zdravotního a sociálního pojištění),
  - zpracovávání podkladů pro výpočet nemocenských dávek,
  - vyřizování formalit při přihlášení a odhlášení zaměstnance,
  - roční vyúčtování daně ze závislé činnosti,
- zpracování daňového přiznání týkající se:
  - daně z příjmů právnických osob,
  - daně z příjmů fyzických osob,
  - daně z přidané hodnoty,
  - daň z nemovitosti,
  - daně silniční,
- zastupování na úřadech.

### 3.2.2 Cena služeb

Níže uvedené ceny služeb jsou orientační a sestaveny s ohledem na ceny konkurence. Přesné ceny budou s klienty stanoveny při sepisování smlouvy. Jejich výše se odvíjí od požadavků zákazníka a množství požadovaných služeb. Při sepisování smlouvy bude též stanoven termín, ve kterém má klient přinést potřebné doklady a způsob platby.

Protože se může stát, že zákazník přinese doklady později, než je smluvně stanovený termín ve smlouvě, kdy je stanoveno, že v takovémto případě je možné případné procentuální navýšení ceny, z ceny původní. Záleží na okolnostech. To stejné platí, jestliže donese klient doklady tzv. v krabici.

Ceník služeb je členěn do kategorií:

- vedení účetnictví,
- vedení daňové evidence,
- poskytnutí poradenství v oblasti účetnictví a daňové evidence,
- personalistika,
- vypracování daňového přiznání,
- ostatní.

#### Vedení účetnictví

Vedení účetnictví – plátce DPH	22 Kč/položku nebo minimální měsíční paušál 1 500 Kč/měsíc
Vedení účetnictví – neplátce DPH	20 Kč / položku nebo minimální měsíční paušál 1 300 Kč/ měsíc
Zpracování účetnictví jednou za rok	24 Kč/položku nebo minimální paušál 2 000 Kč/měsíc

### **Vedení daňové evidence**

Vedení daňové evidence – plátce DPH	20 Kč/položku nebo minimální měsíční paušál 1 200 Kč / měsíc
Vedení daňové evidence – neplátce DPH	18 Kč/položku nebo minimální měsíční paušál 1 000 Kč/měsíc
Zpracování daňové evidence jednou za rok	22 Kč/položku nebo minimální měsíční paušál 1 500 Kč/měsíc

### **Poskytnutí poradenství v oblasti účetnictví a daňové evidence**

Poradenství v oblasti účetnictví	300 Kč/hod
Poradenství v oblasti daňové evidence	300 Kč/hod

### **Personalistika**

Mzdy	230 Kč/1 zaměstnance
Přihlášení / odhlášení zaměstnance	150 Kč/1 zaměstnance
Vyplnění přehledu pro OSSZ a ZP	250 /Kč/ks

### **Vypracování daňového přiznání**

Daňové přiznání k dani z příjmů FO	1 600 Kč/přiznání
Daňové přiznání k dani z příjmů PO	2 500 Kč/přiznání
Daňové přiznání k DPH	700 Kč/přiznání
Daňové přiznání k silniční dani	500 Kč/vozidlo
Daňové přiznání k dani z nemovitosti	900 Kč/nemovitost

### **3.2.3 Propagace**

Hlavním cílem propagace, je informovat podnikatelské subjekty v okrese Vyškov, popřípadě i v okolních okresech, o existenci nového poskytovatele služeb v oblasti účetnictví a daňové evidence. Velmi důležité je dostat se do povědomí potenciálních zákazníků a informovat je také o škále nabízených služeb.

V začátku podnikání bude potřebné vynaložit vyšší výdaje na propagaci. Jako nově vznikající subjekt na trhu potřebují získat klienty, a to jak z řad nově vznikajících podnikatelských subjektů, tak již existujících, kterým je nutné věnovat nemalou

pozornost, protože většinou je bude nutné nalákat a přebírat stávajícím konkurenčním firmám.

Důležitou roli v propagaci hraje vytvoření internetových stránek. Tato práce bude zadána firmě Storm Design. Cena za vytvoření kompletní webové prezentace je 10 500 Kč. Na těchto stránkách budou uvedeny informace:

- o podnikatelském subjektu:
  - základní údaje o fyzické osobě Anně Tvrzníkové,
  - shrnutí nabízených služeb,
  - orientační ceník nabízených služeb,
  - poloha provozovny,
  - úřední hodiny,
  - kontakt,
- odkazy na potřebné zákony:
  - zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví,
  - zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů,
  - zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty,
  - a další,
- odkazy na internetové stránky potřebných institucí.

Další možností propagace je využití místního tisku. Zvolila jsem si inzerci ve Vyškovském deníku, který přináší informace z Vyškova a jeho okolí a má v tomto regionu nejvyšší náklad. Cena inzerce o velikosti 50 x 137 mm v pátečním vydání, je ve výši 2 550 Kč na jedno uveřejnění. Při opakovaném uveřejnění a to celkem 12x, je poskytována sleva 10 % a při platbě předem další sleva 3 %. Celkem tedy za propagaci ve Vyškovském deníku, je nutné zaplatit částku 26 714 Kč.

Mými zákazníky jsou ekonomické subjekty, proto je vhodné jako propagaci zvolit oficiální dopis, který bude jednotlivým subjektům zaslán v tištěné podobě. V tomto dopise jim bude popsána nabídka služeb a kontakt, na kterém se v případě zájmu mohou dozvědět více. Cena za tyto oficiální dopisy je 1 000 Kč.

Nově vzniklé ekonomické subjekty, se pokusím oslovit pomocí plakátů vylepených na reklamních a oznamovacích plochách v okolí důležitých úřadů. Pronájem reklamní plochy je ve výši 2 000 Kč/rok. Cena za tyto plakáty od firmy Moraviatisk Vyškov spol. s.r.o. je 139 Kč.

#### **3.2.4 Distribuce**

Místem výkonu činnosti je provozovna firmy na adrese Komenského 9, Vyškov. Kontakt s klienty bude probíhat na základě předem stanovených schůzek právě v těchto prostorách, případně na přání navštívím klienta v sídle jeho podnikání.

### **3.3 Obchodní plán**

Poskytované služby, tj. vedení účetnictví, daňové evidence, poskytnutí poradenství v oblasti účetnictví a daňové evidence, personalistika a vypracování daňových přiznání pro fyzické osoby, mikropodniky a malé podniky, budou vykonávány v provozovně na adrese Vyškov, Komenského 9, v pracovních dnech, v době od 8 – 16 hodin. S klienty bude uzavírána smlouva o poskytovaných službách, ve které budou stanoveny termínem a forma předání potřebných dokladů, plateb a kontaktů, případně plná moc pro fyzické osoby.

Osobní návštěvy klientů v kanceláři budou sjednávány po telefonické či jiné domluvě, minimálně s denním předstihem. Zaúčtování dokladů a ostatní činnosti, dle podmínek uvedených ve smlouvě, bude provedeno do 15 dnů od dodání příslušných dokladů.

Vzory smluv, stejně jako další důležité dokumenty (např. plná moc), budou vytvořeny právníkem. Hlavními body smluv, z hlediska účetních podmínek, jsou tyto náležitosti:

- činnosti požadované klientem,
- informace o podnikatelské činnosti klienta:
  - oblast a obor podnikání,
  - typ podnikání a podniku (fyzická osoba, mikropodnik nebo malý podnik)
  - počet zaměstnanců,
  - zda obchoduje se zahraničím,



- stanovení termínu pro dodání dokladů,
- stanovení způsobu odepisování majetku
- stanovení cen poskytovaných služeb, termínů a způsobů plateb.

### 3.4 Rizika podnikání

Každé podnikání s sebou nese určitá rizika, stejně tak i mnou vybraný obor. V tabulce jsou vyjmenována hlavní rizika, která ovlivňují mé podnikání.

**Tabulka 8: Analýza rizik (vlastní zpracování)**

Analýza rizik			
Riziko	Pravděpodobnost	Dopad	Opatření
nová konkurence	vysoká	vysoký	lepší komunikace se zákazníkem, zkvalitňování poskytovaných služeb, individuální přístup k zákazníkům
nízká poptávka po mých službách	vysoké	vysoký	komunikace se zákazníkem, kladné reference
vloupání	malá	malý	zabezpečení notebooku heslem; zálohovat data na externí pevný disk (tím je myšleno ukládání kopií mimo kancelář)
požár	malé	střední	zálohování dat na externí pevný disk; vytvářet kopií dokladů nebo jejich oskenování a uložení na externí pevný disk (tím je myšleno ukládání kopií mimo kancelář)
změna v zákonech	vysoká	vysoký	chodit na kurzy o změnách v zákonech, aktualizace znalostí
pochybení	vysoké	vysoký	pojištění odpovědnosti za škodu, další vzdělávání se v oboru

Velkým rizikem je nová konkurence na trhu, za největší riziko je však považován nedostatek klientů. Nedostatečné množství klientů by byl jeden z hlavních důvodů ukončení podnikání.

V budově, ve které se nachází sídlo podniku, se nachází spousta dalších prodejen a kanceláří. To je důvod, proč se bere v úvahu i případné vloupání. Na základě statistiky týkající se kriminality v okrese Vyškov, přesněji týkající se krádeže vloupáním, mohu říct, že je pravděpodobnost vykradení malá. Za rok 2013 se stal tento trestný čin v okrese Vyškov pouze 564 krát a za rok 2012 to bylo o 16 případů méně [50].

Riziko požáru je podle mého malé, neboť se v prostorách výkonu činnosti, se nenachází žádný podnikatelský subjekt, který by ke svému podnikání využíval stroje či zařízení, které by zapříčinily požár.

Změnou v zákonech jsou myšleny změny sazeb, termínů, povinností, metodiky, atd. Nejdůležitějším opatřením, abych při výkonu své činnosti neudělala chybu, je neustálá kontrola změn v zákonech, nákup potřebných zákoníků a účast na kurzech za účelem vzdělávání se (obsahem kurzů je změna zákonů).

Chyby, kterých bych se dopustila, by vedly nejen ke znehodnocení (snížení kvality poskytované služby), ale měly by i vliv i na mé dobré jméno. Rizika plynoucí z výkonu činnosti externí účetní však lze pojistit a tím částečně snížit jejich dopad. Za pochybení je považován např. chybný účet při zaúčtování, chybný výpočet daňových přiznání a další. Pojištění odpovědnosti je možné se sjednat u pojišťoven, jako je ALLIANZ, ČESKÁ POJIŠŤOVNA nebo ČSOB. Každá pojišťovna má své podmínky, stanovený limit pojištění a rozdílné výše pojistného za rok.

### **Pojištění odpovědnosti za škodu**

Dle zákona č. 262/2006 Sb. zákoník práce, by účetní zaměstnaná ve firmě, měla nahradit případnou škodu do výše 4,5 násobku mého měsíčního příjmu. Ale externí účetní, za případné pochybení odpovídá v plné výši sama. Zodpovídá se svému klientovi, kterému vznikne škoda [51].

Vhodným pojištěním je „pojištění odpovědnosti za škodu“. Externí účetní nemají zákonem stanovenou povinnost si vytvořit pojištění profesní odpovědnosti, tak jako

například daňový poradci. Musí na to myslet samy. Navíc, toto pojištění má územní platnost a to většinou jen na Českou republiku [51].

Každá pojišťovna má pro výpočet pojistného rizika svá pravidla, zohledňující obor činnosti a výši podnikatelských příjmů. Limit pojistného plnění si určuje sama OSVČ, na základě zvážení jak vysoké riziko pochybení s sebou nese jeho činnost [51].

Při výběru pojištění je důležité se zajímat o výši limitů, rozsah pojišťovaných rizik, výši spoluúčasti a výluky z pojištění (škody, které nejsou zahrnuty do pojistné ochrany) [51].

Spoluúčastí se rozumí část vzniklé škody, kterou si pojištění podnikatel hradí sám. Je to například 5 000 Kč, nebo 10 % z částky. Zbytek částky uhradí pojištění [51].

### 3.5 Finanční plán

Finanční plán je sestaven s ohledem na to, že podnikatelský subjekt není plátcem DPH a rozhodl se pro vedení daňové evidence. Náklady jsou uplatňovány formou paušálu. Stěžejní částí je kalkulace nákladů a tržeb planoucích z poskytovaných služeb.

#### 3.5.1 Předpokládané náklady

Mezi náklady jsou zahrnuty:

- náklady na zřízení ohlašovací živnosti
- náklady na vybavení kanceláře,
- náklady na propagaci,
- vzoru smluv,
- ostatní měsíční náklady.

#### Náklady na zřízení ohlašovací živnosti

Tyto náklady tvoří veškeré správní poplatky při ohlášení živnosti na Živnostenském úřadě.

**Tabulka 9: Správní poplatky při ohlášení živnosti (vázané) na Živnostenském úřadě (vlastní zpracování dle [52])**

Správní poplatky při ohlášení živnosti (vázané) na Živnostenském úřadě	
Ohlášení živnosti	1 000 Kč
Přijetí podání na kontaktním místě	50 Kč
První Výpis ze živnostenského rejstříku	0 Kč
<b>CELKEM</b>	<b>1 050 Kč</b>

#### Náklady na vybavení kanceláře

Prostor kanceláře se nachází ve druhém patře administrativní budovy, na ulici Komenského 9 ve Vyškově. Jedná se o zrekonstruovanou místnost vybavenou pouze vestavěným topením, plastovými okny a kobercem. Na patře se také nachází kuchyňka a WC, společné pro všechny kanceláře na patře.

Kancelář bude nutné vybavit:

- kancelářským nábytkem – psací stůl, regály, konferenční kancelářský stůl, židle, kancelářské křeslo, skříňka,

- elektronikou – multifunkční tiskárna, lampička, externí pevný disk, skartovací stroj, záložní zdroj
- softwarem – účetní program POHODA, program na daňové přiznání, Microsoft Office 2013 pro podnikatele,
- kancelářskými potřebami – papíry, psací potřeby, bloky, diář, fólie, šanony,
- literaturou – zákoníky, knihy v oblasti účetnictví, účetní souvztažnosti v kostce pro podnikatelskou sféru
- drobné vybavení kanceláře – odpadkový koš, magnetická tabule,
- pomůcky pro úklid – vysavač, čisticí prostředky.

Pro podnikání bude využíván notebook podnikatelky, který vloží do podnikání.

**Tabulka 10: Vybavení kanceláře (vlastní zpracování)**

Vybavení kanceláře	
Kancelářský nábytek	15 490 Kč
Elektronika	6 688 Kč
Software	21 585 Kč
Kancelářské potřeby	3 750 Kč
Literatura	1 938 Kč
Drobné vybavení kanceláře	550 Kč
Pomůcky pro úklid	1 000 Kč
<b>CELKEM</b>	<b>51 001 Kč</b>

### Náklady na propagaci

Způsob propagace podniku, je zvolena za pomoci tvorby internetových stránek, inzerce do novin „Vyškovský deník“ a zasílání oficiálního dopisu o poskytovaných službách a vylepení plakátů na reklamních plochách (viz. 3.3.4 „Propagace“).

**Tabulka 11: Propagace (vlastní zpracování)**

Propagace	
Vytvoření internetových stránek	10 500 Kč
Inzerce do novin "Vyškovský deník"	26 714 Kč
Oficiální dopisy	1 000 Kč
Plakáty + reklamní plocha	2 139 Kč
<b>CELKEM</b>	<b>40 353 Kč</b>

### **Vzory smluv**

Za tyto náklady je považována platba právníkovi za sepsání smluv. Týká se to sepsání „Smlouvy na poskytování kompletních služeb“ a „Plné moci“. Celková cena činí 1 579 Kč.

### **Ostatní měsíční náklady**

V těchto nákladech je zahrnuto pojištění odpovědnosti z výkonu povolání, pronájem, internet, měsíční paušál a školení.

Pojištění je sjednáno v pojišťovně ČSOB. Limit plnění je stanoven na 120 000 Kč, kdy já jako pojištěný mám spoluúcast ve výši 10 %, ale minimálně 1 000 Kč. Na základě této výše limitu a spoluúčasti, budu platit měsíčně 745 Kč.

Prostor, ve kterém budu vykonávat svoji podnikatelskou činnost, má rozlohu 22 m<sup>2</sup> a bude pronajímán na základě nájemní smlouvy. Celková cena nájemného činí 1 500 Kč na 1 m<sup>2</sup> za rok. V této ceně nejsou zahrnuty paušální zálohy za služby (energie, plyn voda), ve výši 500 Kč za měsíc. Celkem činí nájem 39 000 Kč/rok a 3 250 Kč/měsíc.

Internetové služby budou využívány od firmy INFOS Art. Využiji tarifu DataOptik, kde je měsíční platba 330 Kč, ale při využití ročního předplatného je poskytována sleva 10%. Takže zaplatím pouze 3 564 Kč a další platbu za internet proběhne až za rok ve stejné výši. Na počátku zaplatím také za instalaci, ta stojí 1 Kč, ale bezdrátový router (TP-LINK TL-WR740N) je v hodnotě 439 Kč. Celkové náklady na internet (instalace a služby) na počátku podnikání jsou 4 004 Kč.

Budu používat paušál od Vodafone, kdy využiji paušál Business RED do sítě, který nabízí neomezené volání a SMS v síti Vodafone, 130 minut do ostatních sítí a internet 250 MB. Tento tarif stojí 499 Kč za měsíc.

Odborná školení probíhají během celého roku, většinou v návaznosti na relevantní změny v zákonech. Budu využívat školení od vzdělávací agentury TSM, která se nachází přímo ve Vyškově. Tato firma pořádá kurzy v oblasti účetnictví, daní a ekonomické oblasti. Průměrná cena těchto kurzů je 1 500 Kč.

## Náklady celkem

**Tabulka 12: Celkové náklady na založení ekonomického subjektu (vlastní zpracování)**

Celkové náklady na založení ekonomického subjektu	
Zřízení ohlašovací živnosti	1 050 Kč
Vybavení kanceláře (viz. tabulka 10)	51 001 Kč
Propagace	40 353 Kč
Internet	4 004 Kč
Smlouvy	1 579 Kč
<b>CELKEM</b>	<b>97 987 Kč</b>

**Tabulka 13: Celkové měsíční náklady v 1. roce (vlastní zpracování)**

Celkové měsíční náklady	
Internet	0 Kč
Pronájem + služby	3 250 Kč
Kancelářské potřeby	200 Kč
Zálohy OSSZ a ZP	3 642 Kč
Pojištění	745 Kč
Paušál Vodafone	499 Kč
Školení a kurzy	1 500 Kč
<b>CELKEM</b>	<b>9 836 Kč</b>

**Tabulka 14: Celkové roční náklady (vlastní zpracování)**

Celkové roční náklady			
Položky	1. rok	2. rok	3. rok
Internet	4 004 Kč	3 564 Kč	3 564 Kč
Zřízení ohlašovací živnosti	1 050 Kč	-	-
Pronájem + služby	39 000 Kč	39 000 Kč	39 000 Kč
Kancelářské potřeby	2 400 Kč	3 000 Kč	2 500 Kč
Aktualizace programů	0 Kč	6 777 Kč	6 777 Kč
Zálohy OSSZ a ZP	43 752 Kč	44 952 Kč	46 140 Kč
Školení a kurzy	18 000 Kč	18 000 Kč	18 000 Kč
Paušál Vodafone	5 988 Kč	5 988 Kč	5 988 Kč
Pojištění	8 940 Kč	8 940 Kč	8 940 Kč
Smlouvy	1 579 Kč	0 Kč	0 Kč
Propagace	40 353 Kč	26 853 Kč	14 238 Kč
Vybavení kanceláře	51 001 Kč	6 000 Kč	5 000 Kč
<b>CELKEM</b>	<b>216 067 Kč</b>	<b>163 074 Kč</b>	<b>150 147 Kč</b>

### 3.5.2 Předpokládané tržby

Je těžké stanovit předpokládané tržby. Ceník je totiž stanoven jen orientačně, na základě odhadu, a přesná cena za služby bude u každého klienta individuální.

Předpokládám, že počet mých stálých zákazníků v prvním roce podnikání bude tvořit 5 mikropodniků a 11 OSVČ. Jedná se o zákazníky, kterým budu vést účetnictví a daňovou evidenci pravidelně každý měsíc. Všem svým klientům doporučím účetnictví, neboť díky němu se mohou lépe dozvědět, kolik peněz a za co zaplatili. Ale rozhodnutí záleží pouze na nich.

V příštích letech, bych chtěla získat další zákazníky, kterým bych vedla účetnictví nebo daňovou evidenci během celého roku nebo pouze jednou za rok.

Měsíční tržby pouze za zpracování mzdové agendy, vedení účetnictví a daňové evidence, se pohybují okolo 28 870 Kč. Ročně se tedy jedná o částku 346 440 Kč. Tržby za zpracování daňového přiznání se pohybují ve výši 63 100 Kč. Celkově jsou tedy tržby za první rok odhadnuty ve výši 409 540 Kč.

Během roku bude tato výše tržeb rozložena. Za zpracování mezd, vedení účetnictví a vedení daňové evidence, budou tržby získávány každý měsíc. V lednu k tomu navíc přibudou tržby za plnou moc, zpracování daně z nemovitosti a daně silniční. V dubnu a červenci se očekává nárůst tržeb zpracováním daně z příjmů právnických a fyzických osob.

V druhém roce podnikání je nárůst tržeb odhadovaný o 5 % a ve třetím roku pak o 10 %. Tento nárůst je odhadován na základě snahy o splnění dílčího cíle a to získání dalších klientů. Tento předpokládaný nárůst tržeb odpovídá nárůstu jednoho klienta za rok.

**Tabulka 15: Předpokládaný nárůst tržeb (vlastní zpracování)**

Předpokládaný nárůst tržeb		
1. rok (100 %)	2. rok (105 %)	3. rok (110 %)
409 540 Kč	430 017 Kč	450 494 Kč



**Tabulka 16: Tržby za vedení účetnictví, daňové evidence a mzdové agentury (vlastní zpracování)**

Charakteristika klienta				Množství účtovaných položek od klientů za měsíc	Poskytované služby			IV. Celkem za měsíc (v Kč) [I + II + III]	V. Celkem za zpracování daňového přiznání (v Kč) viz tabulka 17	Celkem za rok (v Kč) [(IV. * 12) + V.]
Klient	Počet zaměstnanců	Plátce DPH	I. Vedení účetnictví (v Kč) (viz 3.2.2 Cena služeb)		II. Vedení daňové evidence (v Kč) (viz 3.2.2 Cena služeb)	III. Mzdy (v Kč) [počet zam. * 230 Kč]				
1.	PO	5	čtvrtletní	75	1 650	-	1 150	2 800	7 200	40 800
2.	PO	5	čtvrtletní	90	2 090	-	1 150	3 240	6 700	45 580
3.	PO	2	čtvrtletní	35	1 500	-	460	1 960	5 800	29 320
4.	PO	4	čtvrtletní	50	1 500	-	920	2 420	5 800	34 840
5.	PO	4	čtvrtletní	60	1 500	-	920	2 420	5 800	34 840
6.	FO	-	-	10	-	1 000	-	1 000	1 600	13 600
7.	FO	1	-	15	-	1 000	230	1 230	2 100	16 860
8.	FO	2	čtvrtletní	40	1 500	-	460	1 960	5 800	29 320
9.	FO	-	-	45	-	1 000	-	1 000	2 100	14 100
10.	FO	-	-	20	-	1 000	-	1 000	1 600	13 600
11.	FO	1	-	25	-	1 000	230	1 230	2 100	16 860
12.	FO	3	čtvrtletní	60	1 500	-	690	2 190	5 800	32 080
13.	FO	1	-	40	1 500	-	-	1 500	2 100	20 100
14.	FO	-	-	55 / rok	-	1 500	-	1 500	1 600	19 600
15.	FO	1	-	15	-	1 000	230	1 230	2 100	16 860
16.	FO	3	čtvrtletní	50	1 500	-	690	2 190	4 900	31 180
Celkem		32	-	630	14 240	7 500	7 130	28 870	63 100	409 540

**Tabulka 17: Tržby za daňové přiznání (viz. 3.2.2 Cena služeb) (vlastní zpracování)**

Klient		Daňové přiznání (v Kč)					Celkem (v Kč)
		DPPO	DPFO	DPH	Daň silniční	Daň z nemovitosti	
1.	PO	2 500	-	2 800	1 000	900	7 200
2.	PO	2 500	-	2 800	500	900	6 700
3.	PO	2 500	-	2 800	500	-	5 800
4.	PO	2 500	-	2 800	500	-	5 800
5.	PO	2 500	-	2 800	500	-	5 800
6.	FO	-	1 600	-	-	-	1 600
7.	FO	-	1 600	-	500	-	2 100
8.	FO	-	1 600	2 800	500	900	5 800
9.	FO	-	1 600	-	500	-	2 100
10.	FO	-	1 600	-	-	-	1 600
11.	FO	-	1 600	-	500	-	2 100
12.	FO	-	1 600	2 800	500	900	5 800
13.	FO	-	1 600	-	500	-	2 100
14.	FO	-	1 600	-	-	-	1 600
15.	FO	-	1 600	-	500	-	2 100
16.	FO	-	1 600	2 800	500	-	4 900
<b>CELKEM (v Kč)</b>		<b>12 500</b>	<b>17 600</b>	<b>22 400</b>	<b>7 000</b>	<b>3 600</b>	<b>63 100</b>

### 3.5.3 Shrnutí finančního plánu

Pro zahájení podnikání jsou potřebné peněžní prostředky ke krytí nákladů na založení podnikatelského subjektu a také na krytí nákladů alespoň v prvních dvou měsících. Náklady na založení podnikání se pohybují ve výši 97 987 Kč (viz tabulka 12) a měsíční náklady ve výši 9 836 Kč (viz tabulka 13) a za dva měsíce tedy 19 672 Kč. Potřebná výše peněžních prostředků pro podnikání je tedy zaokrouhlena na 120 000 Kč a může být financováno způsoby:

- způsob č. 1 - zdroj peněžních prostředků je složen z příspěvku od Úřadu práce a osobních zdrojů podnikatelky. Příspěvek je ve výši 60 000 Kč (viz 1.4 „Příspěvek od Úřadu práce“) a podnikatelkou vložené prostředky ve výši 60 000 korun,
- způsob č. 2 - podnikatelka vložila do podnikání 120 000 Kč, ze svých zdrojů.

V případě schválení příspěvku na zahájení podnikání od Úřadu práce, je možnost získat překlenovací příspěvek. V mém případě by jeho výše mohla činit až 18 335 Kč. S poskytnutím tohoto příspěvku však ve svých výpočtech neuvažuji.

Další měsíční náklady, které jsou ve výši 8 586 Kč (viz tabulka 13), budou hrazeny z příjmů za předchozí měsíc.

Výše osobních nákladů podnikatelky jsou odhadnuty ve výši 12 000 Kč. Tato výše je zároveň považována za potřebnou minimální měsíční výši peněžních prostředků pro podnikatelku.

Navrácení vložených prostředků je (dle tabulky 16) očekáváno při způsobu financování:

- č. 1 – po devíti měsících podnikání,
- č. 2 – po sedmnácti měsících podnikání.

(při výpočtu měsíců, nejsou zahrnuty první 2 měsíce, které jsou financovány vloženými peněžními prostředky)

Výše čistého příjmu za rok je počítána z následujících položek:

- příjmy – výše příjmů za poskytnuté služby za rok,

- náklady – výš nákladů počítány paušálem (pro vázanou činnost ve výši 60 %),
- základ daně – (příjmy – výdaje),
- odčitatelné položky – darování krve 3x za rok, (jedno darování 2 000 Kč) ( $3 * 2\,000\text{ Kč} = 6\,000\text{ Kč}$ ),
- základ daně po odčitatelných položkách – (základ daně – odčitatelné položky),
- zaokrouhlení základ daně – zaokrouhlit na tisíce dolů,
- daň – ve výši 15 % (zaokrouhlený základ daně \* 0,15) (pro první rok je navíc odečtena částka vložena do podnikání),
- sleva na poplatníka – ve výši 24 840 Kč (daň – 24 840 Kč).
- vlastní daňová povinnost
- čistý příjem za rok – (příjmy §7 – celkové roční náklady (tabulka 14) – vlastní daňová povinnost – nutno doplatit na SP a ZP)

### **Pro první rok**

Pro první rok podnikání, je nutno počítat s nižším ziskem, neboť část z příjmů, bude sloužit na pokrytí nákladů (peněžních prostředků), vynaložených na zahájení podnikání. Subjekt uplatní náklady jednorázově, nebude používat účetní odpisy. Daňové odpisy nemůže uplatnit, neboť nedosáhla na minimální výši vstupní ceny, stanovenou zákonem (zákon č. 586/1992 Sb., o dani z příjmů - § 26 a § 32a).

### **Pro druhý rok**

Ve druhém roce podnikání, nejsou náklady tak vysoké jako v roce prvním. Zákazníci již vědí o ekonomickém subjektu, takže náklady na propagaci se sníží. Podnik již má svou klientelu, s kterou jsou vytvářeny pevnější vztahy. Ale i přesto vyvíjí snahu o získání dalších klientů. Cílem pro druhý rok je získání alespoň jednoho nového klienta, popřípadě klienty, kterým bude poskytnuta služba jedenkrát za rok.

### **Pro třetí rok**

Náklady na propagaci klesnou a i nadále bude vyvíjena snaha získat alespoň jednoho nového klienta. V případě dobré situace ekonomického subjektu a dle množství klientů, bude zvažováno přijetí brigádníka na výpomoc.

## 1 ROK

**Tabulka 18: Čistý příjem pro 1. rok (vlastní zpracování)**

1. ROK		
§ 7	Příjem	409 540 Kč
	Výdaj (60%)	245 724 Kč
Základ daně		163 816 Kč
Odčitatelné položky		6 000 Kč
Základ daně po odčitatelných položkách		157 816 Kč
Zaokrouhlený základ daně		157 800 Kč
Daň 15%		23 670 Kč
Sleva na poplatníka		-24 840 Kč
<b>Vlastní daňová povinnost</b>		<b>0 Kč</b>
Sociální pojištění (doplatek)		1 190 Kč
Zdravotní pojištění (doplatek)		0 Kč
<b>Čistý příjem za rok</b>		<b>192 283 Kč</b>

**Tabulka 19: Sociální pojištění pro 1. rok (vlastní zpracování)**

SOCIÁLNÍ POJIŠTĚNÍ 1. ROK		
§ 7	Příjem	409 540 Kč
	Výdaj (60%)	245 724 Kč
Základ daně		163 816 Kč
50 %		81 908 Kč
29,2 %		23 918 Kč
Zaplacené zálohy		22 728 Kč
<b>Nutno doplatit</b>		<b>1 190 Kč</b>

**Tabulka 20: Zdravotní pojištění pro 1. rok (vlastní zpracování)**

ZDRAVOTNÍ POJIŠTĚNÍ 1. ROK		
§ 7	Příjem	409 540 Kč
	Výdaj (60%)	245 724 Kč
Základ daně		163 816 Kč
50 %		81 908 Kč
Minimální vyměřovací základ za rok		155 652 Kč
13,5 %		21 013 Kč
Zaplacené zálohy		21 024 Kč
<b>Nutno doplatit</b>		<b>0 Kč</b>

## 2. ROK

**Tabulka 21: Čistý příjem pro 2. rok (vlastní zpracování)**

2. ROK		
§ 7	Příjem	430 017 Kč
	Výdaj (60%)	258 010 Kč
Základ daně		172 007 Kč
Odčitatelné položky		6 000 Kč
Základ daně po odčitatelných položkách		166 007 Kč
Zaokrouhlený základ daně		166 000 Kč
Daň 15%		24 900 Kč
Sleva na poplatníka		-24 840 Kč
<b>Vlastní daňová povinnost</b>		<b>0 Kč</b>
Sociální pojištění (doplatek)		1 186 Kč
Zdravotní pojištění (doplatek)		0 Kč
<b>Čistý příjem za rok</b>		<b>265 697 Kč</b>

**Tabulka 22: Sociální pojištění pro 2. rok (vlastní zpracování)**

SOCIÁLNÍ POJIŠTĚNÍ 2. ROK		
§ 7	Příjem	430 017 Kč
	Výdaj (60%)	258 010 Kč
Základ daně		172 007 Kč
50 %		86 004 Kč
29,2 %		25 114 Kč
Zaplacené zálohy		23 928 Kč
<b>Nutno doplatit</b>		<b>1 186 Kč</b>

**Tabulka 23: Zdravotní pojištění pro 2. rok (vlastní zpracování)**

ZDRAVOTNÍ POJIŠTĚNÍ 2. ROK		
§ 7	Příjem	430 017 Kč
	Výdaj (60%)	258 010 Kč
Základ daně		172 007 Kč
50 %		86 004 Kč
Minimální vyměřovací základ za rok		155 652 Kč
13,5 %		21 013 Kč
Zaplacené zálohy		21 024 Kč
<b>Nutno doplatit</b>		<b>0 Kč</b>

### 3. ROK

**Tabulka 24: Čistý příjem pro 3. rok (vlastní zpracování)**

3. ROK		
§ 7	Příjem	450 494 Kč
	Výdaj (60%)	270 296 Kč
Základ daně		180 198 Kč
Odčitatelné položky		6 000 Kč
Základ daně po odčitatelných položkách		174 198 Kč
Zaokrouhlený základ daně		174 100 Kč
Daň 15%		26 115 Kč
Sleva na poplatníka		-24 840 Kč
<b>Vlastní daňová povinnost</b>		<b>1 275 Kč</b>
Sociální pojištění (doplatek)		1 193 Kč
Zdravotní pojištění (doplatek)		0 Kč
<b>Čistý příjem za rok</b>		<b>297 879 Kč</b>

**Tabulka 25: Sociální pojištění pro 3. rok (vlastní zpracování)**

SOCIÁLNÍ POJIŠTĚNÍ 3. ROK		
§ 7	Příjem	450 494 Kč
	Výdaj (60%)	270 296 Kč
Základ daně		180 198 Kč
50 %		90 099 Kč
29,2 %		26 309 Kč
Zaplacené zálohy		25 116 Kč
<b>Nutno doplatit</b>		<b>1 193 Kč</b>

**Tabulka 26: Zdravotní pojištění pro 3. rok (vlastní zpracování)**

ZDRAVOTNÍ POJIŠTĚNÍ 3. ROK		
§ 7	Příjem	450 494 Kč
	Výdaj (60%)	270 296 Kč
Základ daně		180 198 Kč
50 %		90 099 Kč
Minimální vyměřovací základ za rok		155 652 Kč
13,5 %		21 013 Kč
Zaplacené zálohy		21 024 Kč
<b>Nutno doplatit</b>		<b>0 Kč</b>

## ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce byl návrh podnikatelského plánu v oblasti účetnictví. Jedná se o služby poskytované ekonomickým subjektům v okrese Vyškov. V této oblasti se ke konci roku 2013 nacházelo 5 158 ekonomických subjektů.

Zvolenou formou podnikání je osoba samostatně výdělečně činná, která má sídlo přímo ve městě Vyškov a využívá paušální náklady. Klienty jsou fyzické osoby (OSVČ), mikropodniky a malé podniky. A pro úspěšné podnikání, je potřeba optimální množství zhruba 5 mikropodniků, s obratem do 5 milionů korun a do 5 zaměstnanců, spolu s 11 OSVČ.

Na základě provedených analýz bylo zjištěno, že v Jihomoravském kraji roste počet obyvatel, v průměru 400 občanů ročně. To zvyšuje možnost osob, které se rozhodnou podnikat a také to vyvolá případné zvýšení poptávky po produktech klientů firmy. Další potenciál přináší nově vznikající podnikatelské subjekty. V okrese Vyškov se počet uchazečů na 1 volné pracovní místo, ke konci roku 2013 pohyboval 17,8 osob. To vede k rozhodnutí osob začít podnikat. V průměru v tomto okrese vznikne 200 nových ekonomických subjektů pro celou oblast Vyškov. Aktuální stav konkurence v celém tomto okrese je 308 podnikatelských subjektů a z toho 8 přímo ve Vyškově.

Na základě finančního plánu bylo zjištěno, že pro realizovatelnost tohoto plánu je nutné minimálně 14 klientů, ve složení 5 PO a 9 FO. Při množství méně jak 9 klientů (2 PO a 7 FO) je podnik ve ztrátě a nepokryje zcela náklady na podnikání, natož peněžní příjem podnikatelky.

Za výše uvedeným podmíněk považuji plán za realizovatelný.

Za předpokladu, že se bude v podnikání dařit, bude uvažováno o přijetí brigádníka za účelem výpomoci a další rozšiřování klientely.



## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] PROFI PODNIKATELSKYPLAN.CZ. Podnikatelský plán. *ContrustGroup s.r.o.*[online]. ©2013[cit. 2013.11.16]. Dostupné z: <http://www.profi podnikatelskyplan.cz/podnikatelsky-plan/>
- [2] KORÁB, V. a M. MIHALSKO. Zpracování a využití plánu nového podniku. In: *Založení a řízení společnosti: spol. s r. o., komanditní společnost, veřejná obchodní společnost*. Brno: Computer Press, 2005. Kapitola 2, s. 23-76. ISBN 80-251-0592-X.
- [3] SRPOVÁ, J., I. SVOBODOVÁ a P. SKOPAL a kol. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-4103-1.
- [4] SYNEK, M. Typologie podniků. In: *Podniková ekonomika*. 4. přepracované a doplněné vydání. Praha: C. H. Beck, 2006. Kapitola 6, s.72-88. ISBN 80-7179-892-4
- [5] Zákon č.455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon) § 2ve znění pozdějších předpisů
- [6] VEBER, J. a J. SRPOVÁ a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. Praha: Grada Publishing, 2005. ISBN 80-247-1069-2.
- [7] Zákon č.455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon) § 6 odst. 1 ve znění pozdějších předpisů
- [8] IPODNIKATEL. Živnostenský rejstřík (Rejstřík živnostenského podnikání). *iPodnikatel.cz* [online]. ©2011 [cit. 2014-01-18]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Zalozeni-zivnosti/zivnostensky-rejstrik-rejstrik-zivnostenskeho-podnikani.html>

- [9] KRYLOVÁ, V., J. POSPÍŠILOVÁ a H. JELÍNKOVÁ. *Začínáme podnikat*. Vyškov: TSM, 2005. ISBN 80-239-5318-4.
- [10] SYNEK, Miloslav a kol. *Manažerská ekonomika*. 4. aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing, 2007, Kapitola 1, s 19 - 44. ISBN 978-80-247-1992-4.
- [11] IPODNIKATEL. Registrační povinnosti podnikatele (OSVČ). *iPodnikatel.cz* [online]. ©2011 [cit. 2013-11-26]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Zalozeni-zivnosti/registracni-povinnosti-podnikatele-osvc.html>
- [12] IPODNIKATEL. Zahájení a registrace podnikání – Centrální registrační místa (CRM) a Jednotný registrační formulář (JRF). *iPodnikatel.cz* [online]. ©2011 [cit. 2014-01-29]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Zahajeni-podnikani/zahajeni-a-registrace-podnikani-centralni-registracni-mista-crm-a-jednotny-registracni-formular-jrf.html>
- [13] MLADÁ FRONTA a. s.. Deset důvodů, proč být OSVČ. *Fineexperert.e15.cz* [online]. ©2014 [cit. 2014-03-21]. Dostupné z: <http://finexpert.e15.cz/deset-duvodu-proc-byt-osvc>
- [14] WOLTERS KLUWER, a.s.. Zahájení podnikání. *Danarionline.cz* [online]. ©2014 [cit. 2014-03-21]. Dostupné z: <http://www.danarionline.cz/archiv/dokument/doc-d29042v36241-zahajeni-podnikani/>
- [15] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing: Strategie a trendy*. 2. rozšířené vydání. Praha: GradaPublishing, 2013. ISBN 978-80-247-4670-8.
- [16] KAŇOVSKÁ, Lucie. *Základy marketingu*. Brno: Akademické nakladatelství CERM®, 2009. ISBN 978-80-214-3838-5.

- [17] ZIKMUND, Martin. Kde se vzala a k čemu je PEST analýza. *BusinessVize*[online]. 2010, roč. , č. [cit. 2013-11-26]. ISSN 1805-0263. Dostupné z: <http://www.businessvize.cz/planovani/kde-se-vzala-a-k-cemu-je-pest-analyza>
- [18] IPODNIKATEL. SWOT analýza odhalí pravdivou tvář vaší firmy a pomůže vám nahlédnout do budoucnosti. *iPodnikatel.cz* [online]. ©2011 [cit. 2013-11-16]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Marketing/swot-analyza-odhali-pravdivou-tvar-vasi-firmy-a-pomuze-vam-nahlednout-do-budoucnosti.html>
- [19] PODNIKÁTOR.CZ. Marketingový mix. *Podnikator.cz* [online]. ©2012 [cit. 2014-01-18]. Dostupné z: <http://www.podnikator.cz/provoz-firmy/marketing/n:16409>
- [20] SUN MARKETING. Marketingový mix. *sunmarketing.cz* [online]. ©2011-2014 [cit. 2014-01-20]. Dostupné z: <http://www.sunmarketing.cz/nastroje/slovník/marketingovy-mix>
- [21] VOCHOZKA, M., P. MULAČ a kol. *Podniková ekonomika*. Praha: GradaPublishingm 2012. ISBN 978-80-247-4372-1.
- [22] MCIVOR, Ronan. *The Outsourcing Process: Strategiesforevaluation and management*. Cambridge: United Kingdomatthe University Press, 2005, ISBN-13978-0-521-84411-6 hardback
- [23] IPODNIKATEL. Konkurence- přirozená součást podnikání, se kterou je nutné počítat. *iPodnikatel.cz* [online]. ©2011 [cit. 2014-02-21]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Priprava-na-podnikani/konkurence-prirozena-soucast-podnikani-se-kterou-je-nutne-pocitat.html>
- [24] BUREŠOVÁ, M. Interview. Úřad práce Vyškov, Palánek 375/3a. Vyškov 1. 31.01.2014

- [25] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Pomůcka pro určení velikosti podniku.*mmr.cz*[online].[cit. 2014-01-18]. Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/Programy-2007-2013/Operacni-programy-Praha/OP-Praha-Adaptabilita/Novinky/Pomucka-pro-urceni-velikosti-podniku>
- [26] HAVIT, S.R.O.. Obsahové náplně živností vázaných. *business.center.cz* [online]. ©1998 - 2014 [cit. 2014-03-14]. Dostupné z: [http://business.center.cz/business/pravo/zivnost/vazane\\_zivnosti\\_obsah.aspx#cinnost13](http://business.center.cz/business/pravo/zivnost/vazane_zivnosti_obsah.aspx#cinnost13)
- [27] Zákon č.455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon)
- [28] CZ-NACE. 69.20 – Účetnické a auditorské činnosti; daňové poradenství. *nace.cz* [online]. ©2014 [cit. 2014-03-14]. Dostupné z: <http://www.nace.cz/sekce-m-profesni-vedecke-a-technicke-cinnosti/692/ucetnicke-a-auditorske-cinnosti-danove-poradenstv/6920-ucetnicke-a-auditorske-cinnosti-danove-poradenstvi.html>
- [29] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. SO ORP Vyškov. *czso.cz* [online]. ©2014 [cit. 2014-03-14]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/so\\_orp\\_vyskov](http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/so_orp_vyskov)
- [30] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Krajská správa ČSÚ v Brně. *czso.cz*[online]. [cit. 2014-01-18]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/home>
- [31] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Počet obyvatel v obcích k 1.1.2013. *czso.cz* [online]. ©2014 [cit. 2014-01-20]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/p/1301-13>
- [32] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Průměrná hrubá měsíční mzda. *Vdb.czso.cz* [online]. ©2014 [cit. 2014-03-13]. Dostupné z: [http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?voa=tabulka&cislatab=PRA1100CU&q\\_rezim=1&vo=null&q\\_text=&kapitola\\_id=15](http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?voa=tabulka&cislatab=PRA1100CU&q_rezim=1&vo=null&q_text=&kapitola_id=15)

- [33] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Průměrná mzda v Jihomoravském kraji ve 3. Čtvrtletí 2013. *czso.cz* [online]. ©2014 [cit. 2014-02-28]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/prumerna\\_mzda\\_v\\_jihomoravskem\\_kraji\\_ve\\_3\\_ctvrtleti\\_2013](http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/prumerna_mzda_v_jihomoravskem_kraji_ve_3_ctvrtleti_2013)
- [34] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Mzdy, náklady práce. *czso.cz* [online]. ©2014 [cit. 2014-01-20]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/mzdy-xb>
- [35] MĚŠEC.CZ. Hrubý domácí produkt. *Mesec.cz* [online]. ©1998 – 2014 [cit. 2014-03-02]. Dostupné z: <http://www.mesec.cz/dane/ekonomika/pruvodce/hruby-domaci-produkt/>
- [36] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Předběžný odhad HDP – 4. Čtvrtletí 2013. *czso.cz* [online]. ©2014 [cit. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/informace/cpoh021414.doc>
- [37] ČESKÁ NÁRODNÍ BANKA. Aktuální prognóza ČNB. *cnb.cz* [online]. ©2013 - 2014 [cit. 2014-03-13]. Dostupné z: [http://www.cnb.cz/cs/menova\\_politika/prognoza/](http://www.cnb.cz/cs/menova_politika/prognoza/)
- [38] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Inflace. *czso.cz* [online]. ©2014 [cit. 2014-01-20]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/mira\\_inflace](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/mira_inflace)
- [39] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Nejnovější ekonomické údaje. *czso.cz* [online]. ©2014 [cit. 2014-04-18]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/aktualniinformace>
- [40] FINANCE.CZ. Nezaměstnanost. *finance.cz*. [online]. ©2014 [cit. 2014-02-28]. Dostupné z: <http://www.finance.cz/makrodata-eu/trh-prace/statistiky/mira-nezamestnanosti/>

- [41] MINISTERSTVO PRÁCE A SOCIÁLNÍCH VĚCÍ. Statistická ročenka trhu práce v České republice. *portal.mpsv.cz* [online]. [cit. 2014-01-20]. Dostupné z: <http://portal.mpsv.cz/sz/stat/stro/>
- [42] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Nezaměstnanost v Jihomoravském kraji k 31. prosinci 2013. *czso.cz* [online]. ©2014 [cit. 2014-01-20]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/nezamestnanost\\_v\\_jihomoravskem\\_kraji\\_k\\_31\\_prosinci\\_2013](http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/nezamestnanost_v_jihomoravskem_kraji_k_31_prosinci_2013)
- [43] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Aktuálně – okres Vyškov. *czso.cz* [online]. ©2014 [cit. 2014-01-20]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/aktualne\\_okres\\_vyskov](http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/aktualne_okres_vyskov)
- [44] VLÁDA ČR. Aktuálně. *vlada.cz* [online]. ©2009-2013 [cit. 2014-03-20]. Dostupné z: <http://www.vlada.cz>
- [45] VLÁDA ČR. Programové prohlášení vlády. *vlada.cz* [online]. ©2009-2013 [cit. 2014-03-20]. Dostupné z: <http://www.vlada.cz/cz/media-centrum/dulezite-dokumenty/programove-prohlaseni-vlady-cr-115911/>
- [46] STORMWARE. Základní změny v dani z příjmů od roku 2014. *Portal.pohoda.cz* [online]. ©2012 [cit. 2014-01-20]. Dostupné z: <http://portal.pohoda.cz/dane-ucetnictvi-mzdy/dan-z-prijmu/zakladni-zmeny-v-dani-z-prijmu-od-roku-2014/>
- [47] CENTRUM.CZ. Změny pro podnikatele: Projděte si, co přináší Nový rok. *Aktualne.centrum.cz* [online]. ©1999-2014 [cit. 2014-01-20]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/finance/podnikani/clanek.phtml?id=798144>
- [48] KRAJSKÝ ÚŘAD JIHOMORAVSKÉHO KRAJE. Statistické údaje z Jihomoravského kraje a celé ČR (stav k 31.12.2013). *kr-jihomoravsky.cz* [online]. ©2014 [cit. 2014-01-30]. Dostupné z: <http://www.kr-jihomoravsky.cz/Default.aspx?ID=2958&TypeID=2>

- [49] STÁTNÍ SPRÁVA. Město Vyškov. *Statnisprava.cz* [online]. ©2000 – 2014 [cit. 2014-01-30]. Dostupné z:  
<http://www.statnisprava.cz/rstsp/ciselniky.nsf/i/592889>
- [50] ODHADONLINE.CZ. Odhad nemovitosti, znalecký posudek a znalci v obci Vyškov (okr. Vyškov). *odhadonline.cz* [online]. ©2008 – 2014 [cit. 2014-03-30]  
<http://www.odhadonline.cz/odhad-statistika-kriminalita-nezamestnanost-prumerna-mzda-nemoci-znalecky-posudek-odhadce-znalec-obec-vyskov-okr-vyskov/>
- [51] PENÍZE.CZ. Chyba, která může i malé podnikatele zruinovat. *penize.cz* ©2000 - 2014 [cit. 2014-02-21]. Dostupné z:  
<http://www.penize.cz/pojisteni-podnikatelu/42334-chyba-ktera-muze-i-male-podnikatele-zruinovat>
- [52] IPODNIKATEL. Ohlášení živnosti – formuláře a správní poplatky. *iPodnikatel.cz* [online]. ©2011 [cit. 2014-02-21]. Dostupné z:  
<http://www.ipodnikatel.cz/Zalozeni-zivnosti/ohlaseni-zivnosti-formulare-a-spravni-poplatky.html>

# SEZNAM TABULEK, GRAFŮ, OBRÁZKŮ

## TABULKY

Tabulka 1: Maximální výše příspěvku v letech 2013 a 2014 .....	32
Tabulka 2: Počet ekonomických subjektů v obvodu Vyškov v letech 2008 - 2012 .....	37
Tabulka 3: Počet ekonomických subjektů podle počtu zaměstnanců v obvodu Vyškov v letech 2008 – 2012.....	37
Tabulka 4: Průměrná hrubá měsíční mzda v Jihomoravském kraji .....	40
Tabulka 5: Průměrná roční míra inflace .....	42
Tabulka 6: Nezaměstnanost v České republice (k 1. 1.) .....	43
Tabulka 7: Nezaměstnanost na Vyškovsku .....	43
Tabulka 8: Analýza rizik.....	57
Tabulka 9: Správní poplatky při ohlášení živnosti (vázané) na Živnostenském úřadě.....	60
Tabulka 10: Vybavení kanceláře.....	61
Tabulka 11: Propagace.....	61
Tabulka 12: Celkové náklady na založení ekonomického subjektu .....	63
Tabulka 13: Celkové měsíční náklady v 1. roce .....	63
Tabulka 14: Celkové roční náklady .....	63
Tabulka 15: Předpokládaný nárůst tržeb.....	64
Tabulka 16: Tržby za vedení účetnictví, daňové evidence a mzdové agentury..	65
Tabulka 17: Tržby za daňové přiznání.....	66
Tabulka 18: Čistý příjem pro 1. rok.....	69
Tabulka 19: Sociální pojištění pro 1. rok.....	69
Tabulka 20: Zdravotní pojištění pro 1. rok .....	69
Tabulka 21: Čistý příjem pro 2. rok.....	70
Tabulka 22: Sociální pojištění pro 2. rok.....	70
Tabulka 23: Zdravotní pojištění pro 2. rok .....	70
Tabulka 24: Čistý příjem pro 3. rok.....	71
Tabulka 25: Sociální pojištění pro 3. rok.....	71
Tabulka 26: Zdravotní pojištění pro 3. rok .....	71



## **OBRÁZKY**

Obrázek 1: Postup při založení živnosti.....	17
Obrázek 2: Prostředí firmy.....	21
Obrázek 3: SWOT analýza .....	23
Obrázek 4: Marketingový mix .....	24

## **GRAF**

Graf 1: Počet obyvatel v České republice .....	39
Graf 2: Počet obyvatel v Jihomoravském kraji.....	39
Graf 3: Počet obyvatel na Vyškovsku.....	39

## **SEZNAM PŘÍLOH**

Žádost o příspěvek na zřízení společensky účelného pracovního místa uchazečem o zaměstnání za účelem výkonu samostatné výdělečné činnosti – s přílohami

Žádost o překlenovací příspěvek

Jednotný registrační formulář